
CONSEIL CANADIEN DES NORMES DE LA RADIODIFFUSION

COMITÉ RÉGIONAL DU QUÉBEC

TQS concernant *Call TV* (version 1, prise 1)

(Décision du CCNR 08/09-1834 et -1856)

Rendue le 11 août 2009

D. Meloul (présidente), G. Moisan (vice-président), Y. Bombardier, R. Cohen (*ad hoc*),
M. Ille, J. Pennefather (*ad hoc*)

LES FAITS

Une émission payée (d'origine autrichienne) portant le nom *Call TV* est diffusée dans diverses langues et présentée par des animateurs locaux dans plusieurs pays européens depuis plus d'une décennie. Un radiodiffuseur de Montréal, soit TQS, a ajouté une version canadienne-française de l'émission à son horaire estival de 2009 (juin, juillet et août). En effet, le 30 avril 2009, TQS cherchait « dès maintenant des animateurs(trices) pour la série d'émissions "CALL TV" qui sera mise en ondes cet été. » En fin de compte, le réseau TQS a réussi à trouver les animateurs qu'il recherchait.

Apparemment produite par Mass Response TV, laquelle a payé TQS pour le temps de diffusion, *Call TV* était présentée du dimanche au vendredi de 23 h à 24 h 30. Le nom de cette émission, soit *Call TV*, explique le principe sur lequel elle se fondait. Les téléspectateurs étaient invités à composer le numéro 1-900 à l'écran ou à envoyer un message texte (SMS) par le biais du numéro indiqué pour communiquer la solution aux divers casse-têtes présentés à l'écran afin de gagner des prix en argent (chaque épisode traité dans la présente décision englobait deux ou trois séquences de concours distinctes) (bien entendu, les participants aux concours devaient payer leurs appels au numéro 1-900 ou leurs messages textes, puisque cela représente la source des recettes de l'émission). La valeur de chaque bonne réponse était affichée au bas de

l'écran. Ce montant commençait généralement à 150 \$ et s'augmentait graduellement au fil du temps. Trois femmes partageaient les fonctions d'animatrice pendant les quatre épisodes mis en cause, dont une dans le cas de deux émissions et les deux autres dans le cas d'un épisode chacune.

Au début de chaque épisode, l'animatrice expliquait comment fonctionnait le système automatisé de téléphone de l'émission. Puisqu'il s'agissait d'un numéro 1-900, elle expliquait que chaque appel téléphonique et chaque message texte coûtait 1 \$ et qu'il fallait être âgé d'au moins 18 ans pour participer. Par exemple, l'animatrice a fourni les renseignements suivants au début de l'émission du 19 juin :

Vous avez deux façons de me joindre. La première si vous avez un cellulaire c'est d'envoyer la mention TV par messagerie texte au 77977, si vous êtes membre de Rogers, Fido, Bell, Telus, et maintenant Virgin fait partie des distributeurs avec *Call TV*. Alors vous envoyez SMS, euh, mention TV et nous on a votre numéro de téléphone dans notre banque de données et on peut vous rappeler plus tard dans l'émission pour faire participer. Sinon, il y a toujours la ligne téléphonique fixe, 1-900-528-8000. Tout comme pour le message texte, on peut noter votre numéro et vous rappeler plus tard. Mais vous pouvez aussi être très chanceux et attraper la ligne qui vous mène directement en studio pour répondre à la question. Notez que, que vous choisissiez la messagerie texte ou l'appel téléphonique pour nous joindre il y a autant de chances de gagner dans les deux cas. *C'est le simple hasard*, le système automatique qui décide des appels, qui seront sélectionnés. Et dans les deux cas, à chaque fois que vous participez ça coûte un dollar. Ça prend également 18 ans et plus pour le faire [c'est nous qui soulignons].

Les numéros de téléphone et de message texte restaient à l'écran pendant la durée de l'émission, ainsi que la mention « 1 \$ par texto, 1 \$ par appel ». De plus, les renseignements suivants défilaient au haut de l'écran à maintes reprises :

Participation à partir de 18 ans seulement. Les gains ne sont pas payés aux mineurs... Si un appel est sélectionné, cela tient du hasard... REMARQUE : le gain actuel peut changer au cours de l'émission!... C'est vous qui décidez si une énigme est difficile ou facile... Veuillez noter qu'un appel ne garantit pas votre participation à l'émission. Si votre appel est sélectionné ou non, *cela tient du hasard*... C'est vous qui décidez si une énigme est difficile ou facile... Attention, les textos sont seulement possibles avec Rogers, Fido, Telus ET MAINTENANT ÉGALEMENT AVEC BELL... Vous trouverez toutes les informations sur l'émission ainsi que les règles de participation à l'adresse suivante : www.call-tv.ca.

Les distributeurs téléphoniques travaillent continuellement afin d'optimiser la capacité des lignes téléphoniques. Nous apprécions votre patience et votre compréhension [c'est nous qui soulignons].

Le nom de ceux et celles qui étaient supposément les anciens gagnants de la version québécoise de l'émission, ainsi que le montant gagné par chacun d'eux, défilaient au bas de l'écran.

Au moment de rendre la présente décision publique, le CCNR avait reçu 185 plaintes au sujet de *Call TV*. Dans plusieurs de ces plaintes, on soulève des questions se rapportant à des activités hors des ondes pour lesquelles le CCNR n'a ni la juridiction ni

la capacité d'enquêter. Ces questions portaient sur les aspects suivants : le fait qu'il y avaient d'importantes tranches de temps pendant lesquelles les animatrices soutenaient qu'elles ne recevaient aucun appel, alors que les plaignants savaient qu'ils avaient eux-mêmes tenté de téléphoner au moment même; des soupçons quant à l'identité des « gagnants » laissant entendre qu'ils étaient en fait des employés de l'émission; et des inexactitudes sur la facture de téléphone respective des plaignants, comme des frais pour des appels même lorsqu'on avait reçu un signal d'occupation.

Sur les 185 plaintes, cependant, 119 concernaient le contenu comme tel de l'émission, soit des questions qui font entièrement partie du mandat du CCNR. Les plaignants ont noté que certains des jeux étaient injustes parce qu'il semblait impossible de fournir la bonne réponse ou parce que la réponse qui était supposément la bonne était bel et bien inexacte. Seulement 75 de ces 119 plaignants ont indiqué au CCNR la date et l'heure d'un épisode spécifique à examiner et, sur ce nombre, seulement trois plaignants ont demandé au CCNR de poursuivre son enquête (une des trois plaintes a été reçue à la suite de la date à laquelle la décision a été rendue, et a donc été faite trop tard pour faire partie de la *présente* décision).

Un plaignant a écrit au CCNR pour la première fois le 16 juin et a exprimé ses préoccupations concernant un jeu qui avait été présenté le 14 juin et au sujet duquel il a dit, « la réponse à une question n'était exacte et tout le monde pouvait le dire » (le texte intégral de cette plainte ainsi que toute la correspondance se rapportant à la présente affaire se trouvent à l'Annexe). Il a réécrit le 13 juillet pour signaler un autre exemple spécifique qui avait eu lieu lors de l'épisode du 12 juillet :

La question était de nommer un prénom masculin avec un « A » en 2^e position. Ils en cherchaient 10. On nous affirme que les prénoms sont courants. Je peux dire que oui, quand on nous a confirmé les noms suivants : Marc, David, Jacques et Laurent. Mais quand ils nous dévoilons [*sic*] les six autres, parce que personne ne les a trouvés : Pancho, Hakan, Gabor, Darko, Lamar et Nanno. Je ne peux pas dire que ce sont des noms courants, surtout que l'émission est présentée au Québec.

Cette émission ne doit pas avoir lieu. C'est du vol pur et simple et je doute même si les gagnants présentés ne sont pas des personnes payées pour inciter les gens à appeler.

L'autre plaignant a signalé un jeu présenté dans le cadre de l'épisode du 16 juin :

Il y a eu un certain jeu où il fallait trouver le total du nombre de litres. Il y avait :

2 bidons de 35 litres soit 70 litres

2 bidons de 25 litres soit 50 litres

2 bidons de 18 litres soit 36 litres et

2 bidons de 6 litres soit 12 litres

pour un total de 158 litres

Il n'y a eu aucun gagnant à ce jeu et lorsque qu'elle a ouvert l'enveloppe pour donner la réponse leur total était de 144 [sic] litres sans donner plus d'explication et des affaires de même. Il y en avait plusieurs sans compter qu'il était impossible d'avoir la ligne et que chaque fois que ça nous répondais [sic] « merci d'avoir appelé, essayer [sic] la prochaine fois » nous étions chargés 1 \$ pour chaque appel.

Ce plaignant a ajouté des commentaires supplémentaires dans un courriel du 21 juin :

Encore un autre jeu, en date du 19 juin 2009, où il fallait trouver un total. L'animatrice, à la fin du jeu, a précisé que si la réponse n'était pas trouvée, elle donnerait le résultat mais pas la façon de trouver ce résultat parce que le jeu pourrait être rejoué à une autre occasion. Je trouve que ce procédé n'est pas normal.

TQS a envoyé la réponse suivante aux plaignants :

Call TV est une émission présentée et payée par Mass Response TV. Ces derniers ont l'obligation de respecter tous les règlements qui y sont applicables. TQS n'étant que le diffuseur de cette émission payée, pour connaître toutes les modalités, les règlements de l'émission et les vérifications qui s'y appliquent, nous vous conseillons de communiquer avec Mass Response TV. Vous pouvez les contacter soit par courriel à public@call-tv.ca ou sur leur ligne sans frais au 1-888-627-7706.

Le fait que TQS diffuse l'émission ne constitue pas une acceptation de son contenu. Comme dans le cas des annonces de divers produits, le fait que TQS annonce ledit produit ne veut pas dire que TQS aura procédé à une vérification sur la qualité de celui-ci. Un tel fardeau serait trop onéreux à imposer à quelconque diffuseur. Pour cette raison, nous avons diffusé une mise en garde avant la diffusion de l'émission dont voici le texte : « *L'émission qui suit est une infopublicité présentée et payée par MASS RESPONSE. Pour toute question, commentaire ou pour consulter les règlements, consultez le site Internet www.call-tv.ca ou écrivez à public@call-tv.ca.* »

Le choix de regarder ou non l'émission, suite à cet avis, est laissé au téléspectateur. Pour terminer, sachez que TQS a toujours respecté les obligations légales qui s'imposent.

Nous vous remercions de l'attention que vous portez au réseau TQS et vous prions d'agréer, Monsieur, nos sincères salutations.

Comme nous l'indiquons plus haut, deux plaignants ont demandé au CCNR d'aller de l'avant après avoir reçu cette lettre et avant que le Comité du Québec rende sa décision. Les deux ont fait valoir que TQS devrait assumer la responsabilité de sa programmation.

À la suite de ces deux plaintes, le Comité régional du Québec du CCNR a examiné les quatre épisodes de *Call TV* signalés par ces plaignants.

Dans le premier jeu du 14 juin, on présentait huit lettres à l'écran, dont certaines, mais pas toutes, étaient jointes par une ligne noire. Le but du jeu était de faire un mot avec ces lettres pourvu que les lettres soient jointes en ordre par les lignes. Il y avait quelques possibilités et trois interlocuteurs ont gagné de l'argent.

Dans le deuxième jeu, un tableau noir était à l'écran. Les mots « dix-huit » et « sept » étaient au tableau, ainsi que les chiffres 25, 16, 9 et 55. Le défi était le suivant : « Additionnez tous les nombres et tous les chiffres ». L'animatrice a pris 31 appels de personnes qui ont donné une variété de réponses, mais elle leur a tous dit qu'ils avaient donné la mauvaise réponse. Elle a fini par ouvrir l'enveloppe qu'elle avait dans la main et révéler que la réponse visée était 199. Elle n'a pas donné d'explication quant à savoir comment on arrivait à ce nombre. Ce renseignement n'a pas non plus été communiqué à l'auditoire plus tard pendant la période de diffusion de l'émission *Call TV*.

Pour le troisième et dernier jeu de la soirée, on a présenté une équation faite avec des bâtons d'allumettes, « $5+2 = 4$ ». Il fallait déplacer un bâton d'allumette pour établir l'exactitude de l'équation. Après avoir attendu pendant une période de temps considérable sans recevoir d'appels, l'émission a finalement reçu l'appel d'une femme. En transformant le « + » en un « - » et le « 5 » en un « 6 », elle a gagné à la toute dernière minute.

Le deuxième épisode visionné par le Comité était celui du 16 juin. On montrait quatre barils à l'écran dans le cadre du premier concours. Une quantité était indiquée deux fois sur chaque baril : « 6 Litres », « 18 Litres », « 20 litres » et « 35 Litres ». L'instruction donnée était « Donnez la somme des litres! » L'animatrice a également donné l'explication suivante :

Alors vous voyez, tout de suite à l'écran il va apparaître un tableau. Vous avez des tonneaux et avec différentes quantités. Alors c'est en litres. Vous devez trouver la somme des litres. Alors on commence en vous faisant calculer ce soir. On joue pour la somme de deux cents dollars. [...] Alors vous devez calculer tous ce que vous voyez à l'écran. N'oubliez rien. On a joué à des jeux similaires. Mais ce soir, c'est un tout petit peu différent. Alors vous devez rien oublier, tout calculer et trouver la réponse. [...] Additionnez tout ce que vous voyez à l'écran.

L'animatrice a reçu des appels de 35 personnes, dont trois qui ont donné la réponse de 158 et quatre qui ont répondu 79. Il a été déclaré que ces sept personnes, ainsi que les 28 autres, n'ont pas donné la bonne réponse. L'animatrice a déclaré qu'elle ne pouvait pas expliquer à l'auditoire comment arriver à la réponse :

Il y a une bonne réponse. Il y a plusieurs personnes des fois qui me, qui me transmettent des messages par courriel donc ils viennent à Internet et qui me demandent « mais comment on fait pour arriver à la réponse? » C'est certain qu'on peut pas vous donner la démarche pour y arriver parce qu'il y a des jeux parfois qui reviennent et qui sont similaires.

Elle a continué à encourager l'auditoire en disant, entre autres, « Il y a une stratégie là », « Essayez de voir comment on peut arriver à trouver la somme des litres qu'on voit à l'écran » et « On n'oublie pas aucun nombre. » Après une heure d'appels sans la bonne réponse, elle a révélé que la réponse était 244.

Elle a ensuite entamé le deuxième jeu, celui-ci basé sur une grille de lettres dont chacune valait un certain nombre de points. Le but était de composer le nom d'un animal avec quatre lettres tout en s'assurant que les points alloués aux quatre lettres fassent un total de neuf points. Les réponses possibles étaient bien plus évidentes dans ce cas-ci et quelques interlocuteurs ont chacun gagné une petite somme d'argent.

L'épisode du 19 juin a commencé par les renseignements usuels sur le coût et le fonctionnement du système téléphonique. Trois minutes après le début de l'émission, l'animatrice a fourni les renseignements supplémentaires suivants :

Les cellulaires pour les messages textes Rogers, Bell, Fido, Telus, et maintenant Virgin fait partie du lot. Alors si vous êtes, si vous êtes membre ou abonné de, d'une de ces compagnies-là, vous pouvez envoyer un message texte. Et je vous rappelle qu'à chaque envoi ça vous coûte un dollar. Parce que les envois [*sic*], vos chances de participer sont cumulatives. Alors si vous envoyez dix, supposons, ça vous coûte dix dollars mais votre numéro est dans la banque de données dix fois. Pas plus compliqué que ça. Pour le téléphone, c'est un dollar, un dollar aussi à chaque fois que vous nous appelez. *Mais si c'est engagé, que vous avez pas la ligne, vous êtes pas chargé.* Vous pourrez, vous pourrez, euh, essayer autant de fois que vous voudrez. Par contre, si vous avez la ligne, que vous soyez gagnant ou non, vous avez tout de même essayé de participer. Alors c'est ça qui vous coûte un dollar [c'est nous qui soulignons].

Le premier concours s'intitulait « Quel mot cherchons-nous? » La moitié supérieure d'un mot imprimé figurait à l'écran et les gens qui appelaient devaient deviner de quel mot il s'agissait. On a montré plusieurs mots différents de suite et il y a eu des gagnants chaque fois. Le deuxième concours de la soirée consistait en le jeu du tableau noir que nous décrivons plus haut au sujet de l'épisode du 14 juin. Cette fois-ci, les numéros avaient changé et il y avait « cinquante » et « vingt » écrit en lettres ainsi que les chiffres 69, 101, 14, 41 et 9. Une fois de plus, l'instruction donnée était « Additionnez tous le [*sic*] nombres et tous les chiffres ». Comme l'avait fait l'animatrice de l'épisode du 14 juin, celle de cet épisode a informé les téléspectateurs qu'elle ne pouvait pas expliquer comment arriver à la bonne réponse :

On a déjà fait ce type de jeu là. D'ailleurs il y a des gens qui nous ont écrit pour dire « ouais là, dans la fin vous avez donné la réponse, vous avez pas dit comment on faisait. » Ben non, justement on a pas dit comment on faisait pour trouver la réponse parce que on peut revenir avec le même jeu, mais avec des chiffres et des nombres différents donc évidemment on donne pas la démarche à la fin du jeu. Si personne a trouvé la bonne réponse on vous expliquera pas comment le faire parce qu'on peut revenir avec le même jeu la semaine prochaine, mais d'autres chiffres et d'autres lettres à l'intérieur. Qui sait?

Elle a également insisté qu'il était possible de trouver la bonne réponse :

Additionnez tous les nombres et tous les chiffres de ce tableau. Euh, ça vous donne pas beaucoup d'indices, mais c'est ça le jeu. Si la réponse était si facile à trouver, mais il y aurait pas de plaisir, il y aurait pas de suspense. Alors c'est pour ça qu'on vous, on vous met des petites questions difficiles. Mais j'avoue celle-là, c'est pas une douce. Mais vous êtes capables de la trouver. Il y a des gens qui l'ont déjà trouvée. Et d'ailleurs, comme juste pour vous dire que la démarche existe réellement c'est que nous évidemment avant

de faire un jeu et de vous le mettre à l'écran, on l'essaie. Pas moi, mais les producteurs et plusieurs personnes sont arrivées à la bonne réponse. Donc c'est faisable.

Elle a pris un total de 32 appels, mais personne n'a donné la bonne réponse. À 24 h 03 elle a révélé que la réponse recherchée était 405.

Dans le dernier jeu de cet épisode-ci il fallait simplement donner le nom d'un animal qui se compose de quatre lettres. On mettait alors les noms sur une grille, la restriction fondamentale étant qu'on ne pouvait pas répéter une lettre (parmi celles dans les noms déjà affichés sur la grille) dans la même colonne verticale. Malgré le caractère facile de ce concours, seulement deux personnes ont réussi à faire prendre leur appel et donner des noms. Ils ont chacun gagné une modique somme d'argent.

Le 12 juillet, l'émission *Call TV* débutait d'une façon un peu différente par rapport aux trois autres épisodes décrits plus haut. Avant que l'animatrice fasse son introduction, une mise en garde en version audio et vidéo communiquant les renseignements suivants a été affichée à l'écran :

L'émission qui suit est une infopublicité présentée et payée par MASS RESPONSE. Pour toute question, commentaire ou pour les règlements, consultez :

site Internet : www.call-tv.ca

écrivez à : public@call-tv.ca

téléphonez au : 1-888-627-7706

L'émission s'est ensuite déroulée selon sa formule habituelle. Le premier concours, soit une liste de dix espaces en blanc, a paru à l'écran. L'animatrice a informé les téléspectateurs qu'elle cherchait des prénoms masculins dont la deuxième lettre est un « A ». Le premier participant a proposé le nom « Marc » et a gagné. Les interlocuteurs qui se sont succédés ont suggéré les prénoms suivants, dont aucun figurait sur la liste établie par *Call TV* : Gaston, Patrick, Yann, Gabriel, Carl, Daniel, Martin, Paul, Maxim, Yannick, Mathieu, Samuel, Marcel, Raymond, Fabien, Pascal, Nathan, Patrice, Mario, Danny, Gaëtan, Raphaël, Dave, Marco, Danick, Mathis, Raoul, Jacob, Zachary, Maurice et Sambo.

L'animatrice a assuré les téléspectateurs que les prénoms recherchés étaient des noms familiers, simples, connus, communs. Elle a fait les observations suivantes à mesure que le jeu avançait :

Puis je peux même pas vous aider. Je sais pas quels sont les noms, mais ce que mon producteur m'a dit avant qu'on commence c'est qu'il y a des *noms très connus*. Très connus, qu'on retrouve dans ces enveloppes. Mais lesquels? Moi je suis avec vous. J'essaie de penser, j'essaie de trouver mes propres réponses.

Écoutez là. Je suis certaine que, qu'il y a des *noms simples*. « Maxim » c'est quand même pas un nom, euh, court et facile, facile. Des *noms très connus*. C'est ce qu'on m'a

dit. Qu'il y avait des *noms très connus* dans les enveloppes. Qu'est-ce qu'on peut bien chercher?

Alors « Marc » c'est un prénom simple. « David » c'est un prénom qui est simple. Qu'est-ce que vous pensez à la maison? J'ai, j'ai hâte d'entendre vos autres suggestions. J'ai hâte de savoir moi aussi. Comme je suis très curieuse. J'ai hâte de savoir qu'est-ce qui se trouve dans mes enveloppes. J'ai encore huit possibilités de vous donner des sous et on est à cinq cents dollars. Vous savez, *on garde ça simple*. Des noms, des prénoms masculins communs. De tous les jours, il fallait dire. On garde ça pas compliqué.

Écoutez, c'est pas très difficile. *Il y a des noms qui sont connus là-dans, que vous connaissez*. C'est une surprise pour moi également.

Il y a des noms de personnes, sont *connus*. Des *noms simples*. Peut-être des noms que vous connaissez, peut-être d'autres pas [c'est nous qui soulignons].

À la longue, trois personnes ont pu deviner les bons prénoms supplémentaires David, Laurent et Jacques, mais il restait encore six espaces blancs sur la liste lorsque le temps alloué pour le jeu s'est terminé. À 24 h 06 l'animatrice a finalement révélé les noms qui restaient, soit Pancho, Hakan, Gabor, Darko, Lamar et Nanno. L'animatrice a alors elle-même fait un commentaire au sujet du prénom Hakan en disant, « Ça j'ai jamais entendu ce prénom-là. Je sais pas quelle racine ça peut être, de quel pays » et « Et puis écoutez, il y en a là-dans moi que j'aurais pas pensé. Sûrement vous vous dites la même chose. »

Le troisième jeu de l'épisode consistait en un mot caché. Il fallait trouver le nom de marques d'automobiles sur une grille de lettres. Trois personnes ont gagné de l'argent dans le cadre de jeu-là.

LA DÉCISION

Le Comité régional du Québec a examiné les diffusions dont il est question à la lumière de l'article 12 du *Code de déontologie* de l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR), lequel se rapporte aux concours et promotions. Cet article se lit comme suit :

La conception et l'exécution de tous les concours et promotions qui passent à l'antenne d'une station doivent se faire de façon équitable et légitime. Il faut plus particulièrement prendre soin qu'ils ne soient pas trompeurs et qu'ils ne risquent pas d'être dangereux ou de déranger ou perturber le public. Les prix offerts ou les promesses faites doivent être tels qu'ils sont représentés.

Le Comité a également noté qu'un des principes énoncés dans la section sur l'historique de ce code se lit comme suit :

Chaque radiotélédiffuseur assume la responsabilité de la programmation de ses services autorisés – sa station, son réseau ou son service.

En outre, le Comité a consulté l'article 3(1)h) de la *Loi sur la radiodiffusion*, lequel stipule ce qui suit :

3. (1) Il est déclaré que, dans le cadre de la politique canadienne de radiodiffusion :

[...]

h) les titulaires de licences d'exploitation d'entreprises de radiodiffusion assument la responsabilité de leurs émissions;

Les membres du Comité ont lu toute la correspondance afférente et ont visionné les quatre épisodes de l'émission décrits ci-haut. Le Comité conclut que TQS a violé l'article 12 du *Code de déontologie de l'ACR*.

La responsabilité du radiodiffuseur de *tout ce qui est diffusé*

Il faut régler plusieurs questions avant que le Comité puisse aborder la signification de l'article 12. Le Comité estime que la plus essentielle de celles-ci est celle de préciser la question de la responsabilité du contenu soulevée par le radiodiffuseur dans sa réponse aux plaignants et dans la mise en garde ou avis de non-responsabilité qu'il a diffusé. La partie principale de la lettre envoyée aux deux plaignants qui ont présenté leur Demande de décision respective (citée plus haut) qui est nécessaire pour amorcer la présente décision du CCNR est la suivante :

Call TV est une émission présentée et payée par Mass Response TV. Ces derniers ont l'obligation de respecter tous les règlements qui y sont applicables. TQS n'étant que le diffuseur de cette émission payée, pour connaître toutes les modalités, les règlements de l'émission et les vérifications qui s'y appliquent, nous vous conseillons de communiquer avec Mass Response TV. Vous pouvez les contacter soit par courriel à public@call-tv.ca ou sur leur ligne sans frais au 1-888-627-7706.

Le fait que TQS diffuse l'émission ne constitue pas une acceptation de son contenu. Comme dans le cas des annonces de divers produits, le fait que TQS annonce ledit produit ne veut pas dire que TQS aura procédé à une vérification sur la qualité de celui-ci. Un tel fardeau serait trop onéreux à imposer à quelconque diffuseur.

La tentative de TQS d'éviter d'assumer la responsabilité des questions relatives au contenu se rapportant à *Call TV*, ainsi que la tentative de renvoyer cette responsabilité au producteur de l'émission payée, désigné comme étant Mass Response TV, sont vouées à l'échec. Le *Code de déontologie* adopté par les radiodiffuseurs privés eux-mêmes stipule, dans la section sur l'historique, que « Chaque radiotélédiffuseur assume la responsabilité de la programmation de ses services autorisés – sa station, son réseau ou son service. » De plus, cette disposition cadre entièrement avec l'obligation statutaire de tous les radiodiffuseurs autorisés qui est énoncée à l'article 3(1)h) de la *Loi sur la radiodiffusion*, laquelle établit la responsabilité des titulaires de licence de radiodiffusion pour tout ce que chacun d'eux diffuse. Se fondant sur ce principe, et ce

déjà depuis 1995, le Comité régional de l'Ontario a fait remarquer dans *CKVR-TV concernant Just for Laughs* (Décision du CCNR 94/05-0005, rendue le 23 août 1995) que CKVR-TV demeurerait responsable du contenu d'une émission produite par la CBC, laquelle n'était pas membre du CCNR en raison du fait qu'il s'agit d'une entreprise de radiodiffusion publique. Comme l'a dit le Comité,

Bien entendu, cela n'allège pas, d'une manière quelconque, la responsabilité de la station elle-même en ce qui a trait à la programmation qu'elle décide de diffuser. Tel qu'indiqué dans la section intitulée « Historique » du *Code de déontologie de l'ACR*, « Chaque radiotélédiffuseur assume la responsabilité de la programmation de ses services autorisés. » Bien que CKVR-TV ne soit donc pas responsable de la *production* de l'émission qu'elle a obtenue d'un radiodiffuseur qui n'est pas membre du CCNR, CKVR-TV *avait l'entière responsabilité pour le contenu* de l'émission qu'elle a décidé de diffuser [c'est nous qui soulignons].

Divers comités du CCNR ont également appliqué ce principe à de la programmation étrangère souscrite pour le marché canadien. Dans *CFMT-TV concernant un épisode de The Simpsons* (Décision du CCNR 94/95-0082, rendue le 18 août 1995), la station a dit à la plaignante qu'il lui fallait se plaindre au réseau américain, Fox Broadcasting, et lui a donné l'adresse de ce dernier. Le Comité de l'Ontario a réitéré le principe selon lequel « chaque radiodiffuseur est responsable de *tout* le contenu qu'il diffuse, peu importe sa source. » Il a continué en déclarant, dans des termes qui s'appliquent davantage à la présente affaire, ce qui suit :

Il se peut qu'un télédiffuseur invite, pour des raisons positives, un téléspectateur à communiquer *également* avec le producteur de l'émission, mais il ne devrait pas tenter de contourner sa *propre* responsabilité à cet égard au motif que ce n'est pas *lui* qui a produit l'émission en cause.

Dans *CIII-TV (Global Television) concernant un épisode de Seinfeld* (Décision du CCNR 96/97-0074, rendue le 8 mai 1997), le Comité de l'Ontario a de nouveau déclaré le principe qui précède, et ce malgré le fait qu'il ne pouvait pas savoir avec certitude,

d'après le contenu de la lettre rédigée par Global, si le télédiffuseur tentait de « renvoyer la balle » ou de simplement fournir des renseignements *supplémentaires* au plaignant. Il tient à rappeler au télédiffuseur que cette dernière mesure est la mesure appropriée.

Dans *CFTM-TV (TVA) concernant Piment Fort* (Décision du CCNR 95/96-0211, rendue le 14 août 1998), ce Comité a noté que le radiodiffuseur laissait entendre, dans sa réponse, que la responsabilité *première* de l'émission dont il était question revenait au producteur, Avanti Ciné-Video Inc. Il a également fait remarquer que le radiodiffuseur soutenait dans sa réponse que « ce producteur indépendant est le tout premier responsable du contenu de ladite production. » Ce Comité a effectivement noté que malgré le fait que le vice-président de la programmation de TVA ait en fait reconnu la responsabilité du réseau en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion*, il était également d'avis qu'il devait signaler que

la responsabilité *première* demeure celle du radiodiffuseur et non celle du producteur et ce, pour tout matériel que choisit de diffuser le radiodiffuseur. Il est toujours utile pour un radiodiffuseur d'indiquer à ses producteurs, que ceux-ci œuvrent au sein de la station ou de façon indépendante, quels sont les standards qui guident la programmation; or, la responsabilité incombe au radiodiffuseur et non au producteur.

Rien dans la correspondance de TQS n'indique que le réseau ait assumé une responsabilité quelconque pour les problèmes causés par les diffusions mises en cause de *Call TV* aux termes du *Code de déontologie de l'ACR*. Le Comité n'en vient à aucune conclusion quant à savoir s'il pourrait y avoir d'autres préoccupations, de la part des nombreux plaignants, qui sont hors de la portée des normes de radiodiffusion pour lesquelles TQS risque d'être également responsable. Cependant, il conclut que TQS a l'entière responsabilité de toute infraction au *Code de déontologie de l'ACR* découlant de la diffusion de *Call TV*. Et il ajoute, entre parenthèses, que TQS était un participant en toute connaissance de cause à un élément de la production lorsqu'il a lancé (sur son propre site web et peut-être aussi ailleurs) sa campagne en vue de recruter des personnes de la localité ayant les talents voulus pour faire fonction d'animateurs.

Les questions se rapportant à des activités hors des ondes

Les plaintes dont a été saisi le CCNR portent sur un vaste éventail de questions ayant trait à la frustration des personnes qui appelaient devant l'inaccessibilité du personnel de l'émission (et on les incitait à appeler ce personnel); les factures, parfois dans les centaines de dollars, que ces personnes ont reçues; l'allégation selon laquelle ces factures comprenaient des frais pour des appels qui n'ont pas réussi (en raison d'un signal d'occupation par exemple, et pour lesquels les animatrices ont déclaré à l'auditoire sur les ondes qu'il n'y aurait pas de frais); l'injustice, semblerait-il, d'au moins certains des concours; les déclarations trompeuses faites par les animatrices au sujet de certains des concours; l'absence fréquente, et d'ailleurs inexplicable, d'appels pendant des périodes de temps relativement longues; les interlocuteurs qui arrivaient à avoir la ligne à la toute dernière minute; et ainsi de suite.

Ces questions, *découlant des diffusions comme telles*, sont du ressort du CCNR. Le Comité peut trancher dans le cas de la diffusion des divers concours et des déclarations faites par les animatrices pendant les émissions, ce qu'il fera dans la présente décision. Cependant, le Comité ne peut pas trancher dans le cas des activités menées hors des ondes par Mass Response TV ou du caractère équitable de la facturation par les diverses compagnies de téléphone pour les appels au numéro 1-900 ou les messages textes.

Le caractère de l'émission mise en cause

Même si les radiodiffuseurs demeurent responsables de tout ce qu'ils diffusent, des normes différentes peuvent s'appliquer à différentes catégories de diffusion. Établir le caractère de *Call TV* revêt par conséquent une certaine importance. Dans sa lettre aux plaignants, le directeur des affaires juridiques à TQS a fait mention de la mise en garde à l'auditoire diffusée par le radiodiffuseur et qui se lisait en partie comme suit : « L'émission qui suit est une *infopublicité* présentée et payée par MASS RESPONSE. » Il s'agissait, selon le radiodiffuseur, d'une infopublicité. Cependant, le Comité régional du Québec ne partage pas ce point de vue. Le Comité reconnaît que *Call TV* était une émission qu'on désigne parfois une « émission payée », mais elle n'était pas une infopublicité. Comme l'a expliqué le Comité régional de l'Ontario dans *Sun TV (CKXT-TV) concernant une infopublicité pour une ligne téléphonique à caractère sexuel* (Décision du CCNR 06/07-0244, rendue le 9 janvier 2007),

une infopublicité fait partie de la catégorie de la publicité plutôt que de celle de la programmation [...]. C'est, après tout, un message publicitaire qui se veut une tentative de vendre des biens ou des services au téléspectateur.

En effet, une infopublicité est une publicité prolongée qui dure bien plus longtemps qu'un message publicitaire traditionnel, souvent pendant trente ou soixante minutes. Le but est le même dans les deux cas, soit de vendre un produit ou un service. La durée prolongée du message publicitaire véhiculé par une infopublicité permet au vendeur d'élargir la description du produit ou du service, d'où le préfixe « info » du mot infopublicité. Bien que l'infopublicité soit parfois présentée en guise de divertissement, son but principal est d'amener les téléspectateurs à commander le produit ou le service qu'elle vante.

Bien que l'objectif de *Call TV* soit de persuader les gens *d'appeler*, l'émission n'a pas pour but de vendre un produit quelconque, mais de gagner de l'argent par le biais des appels faits ou des textes envoyés par les participants. La question que se posaient les auteurs de l'émission était tout probablement la suivante : « Quel est le meilleur moyen pour nous de persuader les gens de dépenser de l'argent sur des appels à un numéro 1-900 ou de la messagerie texte? » Ils semblent avoir conclu que la réponse était de créer une série de concours. Quoi qu'il en soit, le Comité régional du Québec est d'avis que *Call TV* prend, au sens de l'article 12 du *Code de déontologie de l'ACR*, la forme d'un concours sur les ondes et que cette émission est donc assujettie aux exigences de cet article; c'est-à-dire que les concours (il y en avait plusieurs pendant les quatre jours examinés de l'émission mise en cause) : a) doivent s'exécuter de façon équitable et légitime; b) ne doivent pas être trompeurs; et c) doivent être exécutés de sorte que les prix offerts ou les promesses faites soient tels qu'ils sont représentés.

Le respect de l'article 12 par les concours de *Call TV*

Le Comité considère que les concours contestés présentaient une certaine variété. Certains s'axaient sur les mots, certains étaient présentés comme des casse-têtes et certains semblaient se fonder sur les mathématiques. Dans l'ensemble, le Conseil ne voit aucun problème en ce qui concerne créer des mots dont les lettres sont jointes par des lignes et restructurer la disposition de bâtons d'allumettes (émission du 14 juin); fournir les noms d'animaux ayant quatre lettres selon un total fixe de points (chaque lettre ayant un nombre de points) (émission du 16 juin); identifier des mots au complet d'après seulement la moitié supérieure des lettres des mots et deviner les noms d'animaux ayant quatre lettres sans répéter les lettres de chaque mot (émission du 19 juin); et chercher le nom de marques d'automobiles sur une grande grille de lettres (émission du 12 juillet).

Or, le Comité se préoccupe énormément de certains des casse-têtes mathématiques, comme celui pour lequel on demande à l'auditoire d'additionner « tous les nombres et tous les chiffres » au tableau noir (émission du 14 juin, répétée le 19 juin avec des mots et des numéros différents) et celui pour lequel on demande à l'auditoire de « donner la somme des litres » d'une quantité de barils (émission du 16 juin). Le Comité se préoccupe principalement du fait que ces concours n'ont pas été exécutés de façon équitable et légitime. Premièrement, aucun des interlocuteurs choisis par les producteurs de l'émission pour passer sur les ondes n'a réussi à donner la bonne réponse, pas plus qu'aucun des membres du Comité, et ce sans la moindre contrainte de temps et sachant la réponse fournie par l'animatrice à la fin de chacun des concours du genre, n'a pu justifier ou expliquer les réponses données.

Bien que cela ait forcément suscité des doutes parmi les membres du Comité quant au caractère légitime des casse-têtes que nous venons de mentionner, le manque inhérent de transparence pour les auditoires leur importe davantage. Les auditoires devraient être en mesure de savoir ou de comprendre les règles d'un concours et la transparence du résultat, *surtout quand on leur demande de l'argent pour y participer*. La règle peut être celle de rechercher un fait ou un renseignement en particulier, et dans ce cas-là la divulgation du fait ou du renseignement vérifiable constitue l'élément transparent. La règle peut être celle de deviner un numéro, comme dans le cas des loteries tenues par le gouvernement, et dans une telle situation la révélation des numéros qui tombent d'un panier constitue l'élément transparent. La règle peut être qu'un comité dont la composition est révélée jugera la danse, le chant ou d'autres talents d'une personne ou d'un groupe. Et ainsi de suite. Là où, contrairement aux exemples raisonnables et usuels de concours que nous venons de mentionner, le résultat fondamentalement douteux n'est ni évident *ni expliqué*, le Comité considère que l'absence de transparence rend l'exécution du concours ni équitable ni légitime, contrairement à ce qui est stipulé à l'article 12 du *Code de déontologie de l'ACR*. Le Comité ne considère pas non plus que l'explication répétée à maintes reprises par les animatrices selon laquelle « on peut

revenir avec le même jeu » puisse justifier le manque de respect du principe de la transparence.

Le Comité a trouvé qu'à prime abord le concours le plus trompeur était celui du 12 juillet où il fallait deviner des prénoms. Bien qu'il puisse avoir été équitable et légitime de simplement suggérer aux téléspectateurs qu'ils fassent de leur mieux pour deviner les dix prénoms dans les enveloppes de l'animatrice, les producteurs ont peut-être pensé que cela n'arriverait pas à générer suffisamment d'appels ou de messages textes. Ils s'intéressaient, après tout, à encourager le nombre maximum de contributions d'un dollar chacune. Afin d'inciter, par conséquent, les gens à croire qu'ils avaient une chance, l'animatrice a fait valoir à maintes reprises que les prénoms étaient des noms familiers, simples, connus, communs, etc. Ils ne l'étaient pas. Faisant appel à une tactique qui rappelle le nain agaçant se réjouissant avec malveillance qui portait le nom bizarre de *Rumpelstiltskin* dans le conte de fées des frères Grimm (très connu dans sa version originale en allemand et sa version traduite vers l'anglais et peut-être moins connu dans sa version française, *Le Nain tracassin*), l'équipe de *Call TV* a élaboré une liste de prénoms qui étaient loin d'être communs. Les suppositions correctes, soit Marc, David, Jacques et Laurent, faisaient facilement partie de la catégorie des noms familiers, connus et communs, cependant le reste des noms, notamment Pancho, Hakan, Gabor, Darko, Lamar et Nanno n'en faisaient pas partie. Comme le nom Rumpelstiltskin, ils étaient obscurs, sibyllins et pas du tout communs pour l'auditoire visé par l'incarnation canadienne-française de *Call TV*. Ce concours était ni plus ni moins trompeur, ce qui va à l'encontre de l'article 12 du *Code de déontologie de l'ACR*.

Comme nous le prévoyions plus haut dans la section intitulée « La responsabilité du radiodiffuseur de *tout* ce qui est diffusé », les infractions à l'article 12 dont nous traitons dans la présente section sont toutes des infractions commises *par TQS* à la norme établie dans cet article. La question de savoir si Mass Response TV ou quelqu'un d'autre est fautif ou non devant les auditoires canadiens n'a pas de pertinence pour le CCNR, et il n'a fait aucune évaluation de *Call TV* à la lumière de cet aspect. La responsabilité de TQS en vertu du *Code de déontologie de l'ACR* constitue le seul intérêt du CCNR, et le point de vue du Comité régional du Québec à cet égard est clair et énoncé dans la présente section de sa décision.

Étant donné les conclusions du Comité du Québec concernant l'infraction, par TQS, de l'article 12 dans chacun des épisodes mis en cause, le Comité rappelle également au radiodiffuseur qu'il n'a pas le droit de continuer à violer cette disposition en diffusant des concours qui ne sont pas exécutés de façon équitable ou légitime ou qui sont trompeurs.

Une préoccupation additionnelle

Il y a un aspect des concours exécutés aux quatre dates faisant l'objet de notre examen pour lequel le Comité n'est pas en mesure d'arriver à une conclusion, mais qui revêt suffisamment d'importance pour qu'il conseille ce radiodiffuseur et d'autres radiodiffuseurs qui tiendront des concours semblables à l'avenir. Le Comité note les affirmations de la part des animatrices selon lesquelles le système d'appel était complètement automatisé, soit sans intervention ou choix de la part des humains. Cependant, le choix du moment des bonnes réponses finales semblait presque toujours se faire à la *fin* annoncée de chaque concours. Bien qu'il semble peu probable, voire même inconcevable, au Comité que cela *puisse* se produire à maintes reprises uniquement au hasard (comme il a été présenté par les animatrices à plusieurs occasions), le Comité ne dispose d'aucun renseignement tangible lui permettant d'arriver à la conclusion que les producteurs aient, d'une façon quelconque, jonglé avec les appels pour en arriver à ce résultat. S'ils l'avaient fait dans le cadre d'un quelconque des concours, le résultat aurait été fondamentalement injuste, puisque les animatrices incitaient continuellement l'auditoire à appeler ou à envoyer un message texte en leur indiquant qu'ils avaient encore la chance de gagner le prix promis, alors qu'en réalité il aurait été trop tard pour qu'ils puissent gagner. Un tel résultat aurait été inéquitable et illégitime aux termes de l'article 12 du *Code de déontologie de l'ACR*. En l'absence des renseignements nécessaires, le Comité ne peut pas appliquer ce principe aux épisodes mis en cause de *Call TV*.

La réceptivité du radiodiffuseur

Dans chaque décision qu'il rend, le CCNR se penche sur la question de savoir si le radiodiffuseur a respecté son obligation de répondre aux préoccupations du plaignant de façon appropriée. Non seulement ce dialogue fait-il partie des responsabilités de chaque radiodiffuseur en tant que membre du CCNR, mais il représente aussi la confiance que le public peut accorder au processus d'autoréglementation. Bien que les radiodiffuseurs s'intéressent toujours à la réaction de leurs auditoires envers ce qu'ils leur présentent sur les ondes, ce dialogue avec un auditeur ou téléspectateur témoigne de cet intérêt au plaignant. Dans ce cas-ci, le Comité a été saisi d'une situation des plus inusuelles, une situation dans laquelle le télédiffuseur a certes répondu aux préoccupations des plaignants mais semble avoir tenté de renvoyer la responsabilité du contenu diffusé à *d'autres*. Cela est à la fois injuste et déraisonnable. TQS, en fait tous les radiodiffuseurs, doivent être conscients de leur responsabilité de *tous ce qu'ils diffusent*. Il ne s'agit pas ici, d'un cas où le radiodiffuseur avance, mettons, que son reportage de nouvelles était juste et exact quand un plaignant a soutenu qu'il ne l'était pas. Il s'agit d'un cas où le radiodiffuseur évite toute discussion de la question de fond se rapportant à sa responsabilité du contenu et maintient plutôt que toute l'histoire était

la faute et le problème de quelqu'un d'autre. Dans le sens le plus complet de ce à quoi s'attend le CCNR de ses membres dans l'intérêt du public, TQS ne s'est pas exécuté. Mais puisqu'il a répondu à *cette* occasion, le Comité est disposé à ne pas conclure à un manquement à l'obligation en matière de réceptivité. Ce ne serait pas le cas lors d'une deuxième occasion du genre.

L'ANNONCE DE LA DÉCISION

TQS est tenu : 1) d'annoncer la présente décision selon les conditions suivantes : une fois pendant les heures de grande écoute dans un délai de trois jours suivant la publication de la présente décision et une autre fois dans les sept jours suivant la publication de la présente décision dans le créneau dans lequel il a diffusé *Call TV*, mais non pas le même jour que la première annonce prescrite; 2) de fournir, dans les quatorze jours suivant les diffusions des deux annonces, une confirmation écrite de cette diffusion aux plaignants qui ont chacun présenté une Demande de décision; et 3) d'envoyer au même moment au CCNR copie de cette confirmation accompagnée de la bande-témoin attestant les diffusions des deux annonces que TQS est tenue de faire.

Le Conseil canadien des normes de la radiotélévision a jugé que le réseau TQS a enfreint l'article 12 du *Code de déontologie* de l'Association canadienne des radiodiffuseurs pour avoir diffusé l'émission *Call TV* les 14, 16 et 19 juin et le 12 juillet 2009. L'article 12 exige que les concours soient exécutés de façon équitable et légitime et ne soient pas trompeurs. Le CCNR a jugé que les résultats de certains des concours axés sur les mathématiques qui ont été présentés dans le cadre de *Call TV* étaient douteux ou incompréhensibles. Le CCNR considère que TQS n'a pas été transparent envers l'auditoire en ce qui concerne la divulgation des résultats des concours, ce qui rendait l'exécution des concours dont il est question ni équitable ni légitime et a enfreint l'article 12. Le CCNR a également considéré qu'un concours dans le cadre duquel il fallait deviner des prénoms était axé sur des noms obscurs plutôt que des prénoms communs (selon ce qui était représenté) afin d'empêcher les participants au concours de gagner. Le concours était trompeur et a enfreint, par conséquent, l'article 12.

La présente décision devient un document public dès sa publication par le Conseil canadien des normes de la radiotélévision.

ANNEXE

Décision du CCNR 08/09-1834 et -1856 TQS concernant *Call TV*

Les plaintes

Le CCNR a reçu 185 plaintes au sujet de *Call TV*. Seulement trois des 185 plaignants ont remis leurs Demandes de décision (une des trois plaintes a été reçue à *la suite* de la date à laquelle la décision a été rendue, et a donc été faite trop tard pour faire partie de la *présente* décision). Le texte de ces deux plaintes est reproduit ci-dessous.

Dossier du CCNR 08/09-1834, (plainte en date du 16 juin 2009)

Je trouve que cette émission ne devrait pas être présentée. En plus de nous promettre des prix, il nous mente et nous présente des faussetés. La preuve, dimanche soir, la réponse à une question n'était exacte et tout le monde pouvait le dire. Ils trichent à la vue de tout le monde pour faire de l'argent et je pense que cette émission ne devrait pas être présentée.

Le plaignant a donné plus de renseignements le 13 juillet :

Ma plainte concerne toutes les émissions en général et tout particulièrement celle de dimanche le 12 juillet diffusée sur les ondes de TQS qui était diffusée à 23 h.

La question était de nommer un prénom masculin avec un « A » en 2^e position. Ils en cherchaient 10. On nous affirme que les prénoms sont courants. Je peux dire que oui, quand on a nous confirmé les noms suivants : Marc, David, Jacques et Laurent. Mais quand ils nous dévoilons les six autres, parce que personne ne les a trouvés : Pancho, Hakam, Gabor, Darko, Lamar et Nanno. Je ne peux pas dire que ce sont des noms courants, surtout que l'émission est présentée au Québec.

Cette émission ne doit pas avoir lieu. C'est du vol pur et simple et je doute même si les gagnants présentés ne sont pas des personnes payées pour inciter les gens à appeler.

S.V.P. Portez une attention à cette émission et vous allez voir qu'elle doit être retirée des ondes.

08/09-1856

Ce plaignant a écrit au CCNR le 18 juin 2009 :

la date de l'émission : le 16 juin 2009

le diffuseur : TQS

le nom de l'émission : Call TV

Il y a eu un certain jeu où il fallait trouver le total du nombre de litres. Il y avait :

2 bidons de 35 litres soit 70 litres

2 bidons de 25 litres soit 50 litres

2 bidons de 18 litres soit 36 litres et

2 bidons de 6 litres soit 12 litres

pour un total de 158 litres

Il n'y a eu aucun gagnant à ce jeu et lorsque qu'elle a ouvert l'enveloppe pour donner la réponse leur total était de 144 [sic] litres sans donner plus d'explication et des affaires de même. Il y en avait plusieurs sans compter qu'il était impossible d'avoir la ligne et que chaque fois que ça nous répondais « merci d'avoir appelé, essayer la prochaine fois » nous étions chargés 1 \$ pour chaque appel. Voilà. [Coordinatrice de la communication du CCNR], un aperçu de cette émission pour laquelle j'ose espérer une réponse favorable.

Le plaignant a écrit de nouveau le 21 juin :

Encore un autre jeu, en date du 19 juin 2009, où il fallait trouver un total. L'animatrice, à la fin du jeu, a précisé que si la réponse n'était pas trouvée elle donnerait le résultat mais pas la façon de trouver ce résultat parce que le jeu pourrait être rejoué à une autre occasion. Je trouve que ce procédé n'est pas normal. Je ne sais pas ce que vous pensez de ça.

La réponse du télédiffuseur

TQS a répondu au premier plaignant le 9 juillet et au deuxième plaignant le 26 juin :

Monsieur,

Le Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR) nous a fait parvenir votre plainte concernant l'infopublicité **Call TV** diffusée sur nos ondes le 16 juin dernier.

Call TV est une émission présentée et payée par Mass Response TV. Ces derniers ont l'obligation de respecter tous les règlements qui y sont applicables. TQS n'étant que le diffuseur de cette émission payée, pour connaître toutes les modalités, les règlements de l'émission et les vérifications qui s'y appliquent, nous vous conseillons de communiquer avec Mass Response TV. Vous pouvez les contacter soit par courriel à public@call-tv.ca ou sur leur ligne sans frais au 1 888 627-7706.

Le fait que TQS diffuse l'émission ne constitue pas une acceptation de son contenu. Comme dans le cas des annonces de divers produits, le fait que TQS annonce ledit produit ne veut pas dire que TQS aura procédé à une vérification sur la qualité de celui-ci. Un tel fardeau serait trop onéreux à imposer à quelconque diffuseur. Pour cette raison, nous avons diffusé une mise en garde avant la diffusion de l'émission dont voici le texte : « *L'émission qui suit est une infopublicité présentée et payée par MASS RESPONSE. Pour toute question, commentaire ou pour consulter les règlements, consultez le site Internet www.call-tv.ca ou écrivez à public@call-tv.ca. »*

Le choix de regarder ou non l'émission, suite à cet avis, est laissé au téléspectateur. Pour terminer, sachez que TQS a toujours respecté les obligations légales qui s'imposent.

Nous vous remercions de l'attention que vous portez au réseau TQS et vous prions d'agréer, Monsieur, nos sinc eres salutations.

Correspondance additionnelle

08/09-1834

Le plaignant a remis sa Demande de décision le 17 juillet avec la note suivante :

Le radiodiffuseur me dit en gros qu'ils ne sont pas responsables parce que c'est une émission publicitaire payée. C'est un non-sens.

08/09-1856

Le plaignant a écrit de nouveau le 29 juin :

J'ai bien reçu la réponse de TQS concernant ma plainte à propos de *Call TV*. Cette réponse ne me convient pas du tout. TQS doit être responsable du contenu de ses émissions. Ce fait, je maintien ma plainte.

Encore mercredi 24 juin la présentatrice a présente 3 cartes à jouer soit le 2, le 4 et le 5 de carreau exposés en éventail et il fallait dire combien de carreaux il y avait. Personne n'a trouvé le résultat et la présentatrice a ouvert l'enveloppe et donné le résultat 144 sans encore une dire comment ce résultat a été trouvé.

  propos des présentatrices, elles disent toutes les 3 être en Autriche pour la durée du jeu soit le 31 août.  a m'étonnerait bien fort qu'elles se trouvent à Vienne.

Je sais que le CRTC [*sic* - CCNR] fait un travail merveilleux et souhaiterai que vous mettiez fin à cette superch rie de jeu dont le seul but est de collecter de l'argent des Québécois et si cela serai possible que quelqu'un de votre conseil visionne cette émission qui a lieu tous les jours de 11 h pm à 12 h 30 am.

Après que le CCNR lui a envoyé un courriel pour confirmer la réception de sa Demande de décision, il a réécrit:

J'ai bien reçu votre courriel et si j'ai bien compris  a prendra au moins 6 mois pour prendre une décision alors que cette émission prendra fin au 31 août si j'ai bien compris. Ces arnaqueurs vont continuer à frauder les Québécois en toute impunité. Désolé mais je ne comprends pas que  a prenne autant de temps alors que je vous ai précisé que cette émission prenait fin au 31 août.

J'ose espérer qu'une mesure sera prise avant cette date.