

---

## CONSEIL CANADIEN DES NORMES DE LA RADIODIFFUSION

### COMITÉ RÉGIONAL DU QUÉBEC

#### V concernant *Call TV* (version 2)

(Décision du CCNR 09/10-1563 et -1735)

Rendue le 25 janvier 2011

G. Moisan (vice-président), Y. Bombardier, A. H. Caron, R. Cohen (*ad hoc*), V. Dubois

---

#### LES FAITS

Émission payée d'origine autrichienne, *Call TV* est diffusée dans diverses langues et présentée par des animateurs locaux dans plusieurs pays européens et au Canada depuis plus d'une décennie. La version canadienne-française de l'émission, produite par une entreprise qui s'appelle Mass Response TV, a été diffusée pour la première fois au Canada à l'été de 2009 par TQS (maintenant V). L'émission consiste en une série de concours, de jeux et de casse-têtes offrant la possibilité de gagner des prix en argent, lesquels incitent les téléspectateurs à fournir les réponses par téléphone ou par message texte. Chaque appel ou texte coûte un dollar au concurrent ou à la concurrente, qu'il ou elle arrive ou non à donner sa réponse sur les ondes. Le CCNR a reçu 319 plaintes au sujet de la version originale de cette émission et ce Comité a rendu une décision dans ce cas-là le 11 août 2009. Plusieurs des plaintes qui n'avaient pas été reçues à temps (ou pour lesquelles une Demande de décision n'a pas été présentée dans les délais prescrits) pour qu'elles soient traitées dans la première décision ont fait l'objet d'une deuxième décision sur *Call TV* qui a été rendue par ce Comité le 24 août 2010. Ces deux décisions se rapportaient à la version originale (version 1) de *Call TV*, lesquelles le Comité aborde plus loin.

V a commencé à diffuser la nouvelle version de *Call TV* (version 2) en avril 2010. L'émission passe de 23 h 30 à 01 h 30 du lundi au vendredi. Le CCNR a reçu 47 plaintes concernant la version 2 jusqu'à la date de la présente décision. Chaque épisode traité dans la présente décision était précédé de la mise en garde à l'auditoire

suyvante en formats audio et vidéo : « L'émission en cours est une émission publicitaire payée. »

Comme se fut le cas pour les plaintes reçues au sujet de la version 1, plusieurs des personnes qui ont porté plainte au sujet de la version plus récente de l'émission, a) ont fait des commentaires sur l'émission en général et n'ont pas fourni suffisamment de détails quant à la date et l'heure de l'émission, ou b) ont soulevé des questions concernant des aspects comme la facture de téléphone, lesquels ne sont pas du ressort du CCNR. Sur les 22 plaignants dont les dossiers se qualifiaient pour être étudiés par le Comité régional du Québec, en fin de compte seulement deux d'entre eux ont présenté une Demande de décision au CCNR. La description des éléments pertinents des épisodes qui les préoccupaient, ainsi que la correspondance afférente sont indiquées ci-après.

### **L'épisode du 21 avril 2010**

L'animatrice de cet épisode-là était Leila Kay. Au début de l'émission, elle a expliqué les règles, y compris le fait qu'il fallait avoir au moins dix-huit ans pour participer. Elle a également pris soin d'indiquer que le niveau de difficulté des jeux ou concours tenait à l'opinion de chaque téléspectateur, et elle a dit quelque chose au sujet de la façon dont fonctionnent les « lignes de la chance ». En outre, les renseignements suivants défilaient au haut de l'écran :

Afin d'atteindre directement le studio, il s'agit de tomber sur une des lignes de la chance pendant la période où elle est active et identifiée comme ligne de la chance par affichage à l'écran ou par l'animateur/l'animatrice soit à un moment choisis [sic] au hasard soit à la fin d'une période prédéterminée qui sera annoncée à l'avance. Pour de plus amples informations ou pour des questions sur les gains ou l'émission veuillez nous contacter au public@calltv.ca. La participation au jeu est strictement réservée aux personnes de 18 ans et plus qui résident au Canada. Aucun prix n'est versé à des mineurs. Les messages textes qui sont choisis pour une participation en direct à l'émission sont sélectionnés au hasard. Le système choisit au hasard un message texte reçu à un moment précis. La sélection des participants transférés au studio est effectuée au hasard par un système indépendant. Le fait d'être le premier à envoyer un message texte n'augmente pas vos chances d'être sélectionné. Le système est certifié par une firme comptable de renommée internationale. Chaque fois que vous envoyez un message texte vous encourerez [sic] des frais de \$ 1 que vous soyez choisi pour participer au jeu ou non. Mode de jeu en cours : « LIGNE DE LA CHANCE ». Afin d'atteindre directement le studio, il s'agit de tomber sur une des lignes de la chance pendant la période où elle est active et identifiée comme ligne de la chance par affichage à l'écran ou par l'animateur/l'animatrice, soit à un moment choisis [sic] au hasard soit à la fin d'une période prédéterminée qui sera annoncée à l'avance. Veuillez noter que le montant en jeu est sujet à changement au cours d'un même jeu. Le niveau de difficulté des jeux varie et c'est à vous d'évaluer s'il est difficile ou facile. Les effets sonores, lumineux, graphiques, musicaux et autres effets spéciaux comme les comptes à rebours ne servent qu'à contribuer à l'ambiance et n'ont aucune influence sur le processus de sélection des participants transférés au studio. Le fait d'envoyer un message texte ne vous garantit pas d'être choisi pour être transféré au studio. La sélection des participants qui sont transférés au studio est faite au hasard par un système indépendant. La solution au jeu sera divulguée en fin d'émission. Chaque jeu peut contenir plusieurs rondes de durées

différentes, lesquelles peuvent s'entendre [sic] jusqu'à la fin de l'émission. Pendant chaque ronde, un seul message texte est sélectionné au hasard par le système. Dès qu'un message texte est ainsi sélectionné, une nouvelle ronde débute. La présente ronde durera jusqu'à 01:29:45 au maximum. Chaque fois que vous envoyez un message texte vous encourerez [sic] des frais d'un dollar, que vous soyez choisi pour participer au jeu ou non. Les messages texte ne sont pas conservés dans une base de données, chaque message texte est un événement distinct. Si votre message texte n'est pas immédiatement sélectionné par le système pour des fins de participation, il n'est pas conservé et ne vous donne aucune chance d'être sélectionné. Vous trouverez toutes les informations sur l'émission et les règlements sur notre site web [www.calltv.ca](http://www.calltv.ca). Si vous n'avez pas accès à l'Internet vous pouvez appeler notre ligne d'information 1-877-264-2864 (sans frais) afin d'écouter un message détaillant ces informations et règlements.

Une autre bande défilante indiquait les lignes téléphoniques qui mènent au studio. Le montant du prix, les instructions pour envoyer un message texte et « \$ 1 par texto » figuraient au bas de l'écran. Une bande défilante de plus indiquait le nom des gagnants précédents, la ville où ils habitent et les montants qu'ils ont gagnés.

Les deux premiers jeux s'intitulaient « Quelle image est différente? ». Dans le premier, il y avait trois photos d'un joueur de hockey et une personne a gagné. Dans le deuxième, cette fois-ci avec quatre joueurs de hockey, le montant du prix a augmenté et on a ajouté une autre « ligne de la chance ». Aucun appel n'est rentré pendant une période de temps assez longue, puis finalement, à 1 h 13, un gagnant a été déclaré. Les trois derniers jeux consistaient en des équations sur un tableau noir et la question était : « Trouvez la solution à ce problème mathématique! ». Au tableau noir, il y avait une équation et un choix de quatre réponses. L'animatrice a expliqué le mode de jeu, soit « bouton chaud », comme suit :

Vous avez 38 moins 39 fois 2, je crois, je vais me rapprocher un petit peu. Fois 2 plus 41. Oui, 38 moins 39 fois 2 plus 41 égale 11, 39, 0 ou 1? C'est vos choix. Vous avez quatre choix pour cent vingt dollars en mode de bouton chaud. À n'importe quel instant notre système automatisé peut venir sélectionner votre texto. Donc si vous envoyez un texto, si vous recevrez un message texte vous allez pas être sélectionné. Mais si le téléphone sonne, vous étiez sélectionné par notre bouton chaud.

Dans tous les cas, un interlocuteur a réussi et a gagné le lot. La première équation et le choix de réponses possibles étaient ceux indiqués plus haut, notamment :

$$38-39 \times 2 + 41 = ?$$

11 39 0 1

La réponse était 1. La deuxième équation et le choix de réponses possibles étaient les suivants :

$$5 \times 5 - 10 \times 1 = ?$$

5 15 16 25

La réponse était 15. La troisième équation et le choix de réponses possibles étaient les suivants :

$$6 \times 3 + 4 \times 9 = ?$$

56 378 198 54

La réponse était 54.

### La correspondance se rapportant à la première plainte

Le premier plaignant a fait part de ses préoccupations par le biais du formulaire électronique du CCNR le 21 avril. Les parties pertinentes de la plainte se lisent comme suit (le texte intégral de toute la correspondance afférente se trouve à l'Annexe) :

préoccupation : Jeu questionnaire produit en Autriche où l'animatrice incite les gens à envoyer un message texte par téléphone cellulaire moyennant un dollar par tentative. Le but étant de toute évidence d'accumuler un maximum d'appels pour distribuer un minimum de prix.

Les questions sont en général d'une simplicité élémentaire. Lorsque le prix est petit un appel est sélectionné rapidement et lorsque le prix est moyennement élevé il peut s'écouler jusqu'à 1 h 30 avant que l'animatrice ne prenne un premier appel.

Mon souci est qu'il ne semble y avoir aucun contrôle extérieur sur la façon dont ces jeux et la remise des prix s'effectue. En réalité il s'agit d'une arnaque télévisuelle condamnée déjà dans plusieurs autres pays et qui je ne sais trop par quel miracle réussit à se soustraire à nos lois et règlements.

J'ai signifié le 21 avril 2010 par courriel au télédiffuseur concerné (V télé) mon questionnement ainsi que mon désir de déposer une plainte auprès de votre organisme. À cette heure je n'ai reçu aucune réponse de leur part.

[...]

Le directeur des affaires juridiques de V a répondu au plaignant le 9 juin. Les parties pertinentes de sa lettre se lisent comme suit :

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 21 avril dernier. Nous tenons tout d'abord à souligner que *Call TV* est une infopublicité présentée et payée par Mass Response et que ces derniers ont l'obligation de respecter tous les règlements qui y sont applicables.

Nous saisissons l'occasion des présentes afin de vous indiquer que les procédures techniques par lesquelles un appel ou un texto est choisi au hasard, ont été contrôlées et vérifiées par une tierce partie indépendante (à savoir KPMG) et sont conformes au standard de vérification « SAS 70 ». Par ailleurs, la conception et le déroulement des jeux ont été soumis à des contrôles juridiques et techniques. Il n'y a aucune intervention humaine lors du choix d'un appel ou d'un texto et le choix ne se fait d'ailleurs pas en fonction du nombre d'appels ou de textos entrants.

Les trois différents modes de jeux sont expliqués sur le menu déroulant ainsi que sur le site Web de *Call TV*. D'autre part, le service à la clientèle de *Call TV* se fera un plaisir de vous fournir un complément d'informations au sujet de la participation à l'émission. Par ailleurs, vous remettez en question la remise des prix. Veuillez noter que cette procédure est expliquée en détails [*sic*] dans les diverses sources d'informations de *Call TV*, soit :

1. Numéro **1-877-264-2864** : ligne par laquelle il est possible d'écouter un message préenregistré détaillant toutes les informations;
2. Numéro **1-888-627-7706** : numéro grâce auquel vous pouvez obtenir des informations additionnelles en parlant à une représentante du service à la clientèle;
3. Site Web *Call TV* : [www.calltv.ca](http://www.calltv.ca).

La procédure est claire, transparente et s'effectue afin de faire en sorte que les gagnants reçoivent leurs prix le plus rapidement possible.

Nous espérons que ces explications ont pu éclairer cette situation [...]

Insatisfait de la réponse du télédiffuseur, le plaignant a présenté sa Demande de décision le même jour.

J'ai reçu de la part du diffuseur V télé un semblant d'explication qui loin de me satisfaire renforce mon désir de mener au bout de cette affaire. On insiste ainsi sur le fait qu'il s'agit d'une infopublicité or rien dans cette émission ne correspond à la définition même d'une telle entité hybride puisqu'il n'y a aucun produit ni service à vendre ou promouvoir ici. On insiste aussi sur le fait qu'une firme indépendante veille au bon déroulement des jeux et des remises de prix et qu'un système informatisé détermine la façon dont les appels sont reçus en studio comme si aucune intervention humaine ne venait contrôler de près ou de loin le déroulement de ces jeux. De plus les questions de calcul mathématique sont tout à fait ridicules car rien ne détermine d'une façon claire la manière d'effectuer les calculs ainsi  $18+18-18 \times 2$  ne donne pas 36 comme toute bonne calculatrice le dirais mais bien 0 d'après *Call TV*.

### **L'épisode du 9 juin 2010**

Dans cet épisode, l'animatrice était Sarah Lévesque. Comme l'a fait Leila Kay dans l'épisode précédent, M<sup>me</sup> Lévesque a présenté les règles qui défilaient à l'écran :

Les appels et les messages texte ne sont pas conservés dans une base de données, chaque appel et chaque message texte étant un événement distinct. Si votre appel ou votre message texte n'est pas immédiatement sélectionné par le système pour que vous soyez transmis au studio afin de donner votre réponse, il n'est pas conservé et ne vous donne plus aucune chance d'être sélectionné. Vous trouverez toutes les informations sur l'émission et les règlements sur notre site web : [www.calltv.ca](http://www.calltv.ca). Si vous n'avez pas accès à l'Internet vous pouvez appeler notre ligne d'information : 1-877-264-2864 (sans frais), afin d'écouter un message détaillant ces informations et les règlements. Il y a 3 modes de sélection possibles : Mode de jeu en cours : « LIGNE DE LA CHANCE » (Afin d'atteindre directement le studio, il s'agit de tomber sur une des lignes de la chance pendant la période où elle est active et identifiée comme ligne de la chance par affichage à l'écran ou par l'animateur/l'animatrice, soit à un moment choisis [*sic*] au hasard soit à la fin d'une période prédéterminée qui sera annoncée à l'avance). Pour de plus amples informations ou pour des questions sur les gains ou l'émission, veuillez nous contacter

par courriel au public@calltv.ca. La participation au jeu est strictement réservée aux personnes de 18 ans et plus qui résident au Canada. Aucun prix n'est versé à des mineurs. Les appels ou les messages texte qui sont choisis pour une participation en direct à l'émission sont sélectionnés au hasard. Le système choisit au hasard un appel ou un message texte reçu à ce même moment selon le mode de jeu actuellement employé. La sélection des participants transférés au studio est effectuée au hasard par un système indépendant. Le fait d'être le premier à appeler ou à envoyer un message texte n'augmente pas vos chances d'être sélectionné. Veuillez noter qu'un appel ne garantit pas votre participation à l'émission. Le système est certifié par une firme comptable de renommée internationale. Chaque fois que vous appelez ou que vous envoyez un message texte vous encourez des frais de \$ 1, que vous soyez choisi pour participer au jeu ou non. Votre appel n'est pas facturé si la ligne est occupée. Veuillez noter que le montant en jeu est sujet à changement au cours d'un même jeu. Le niveau de difficulté des jeux varie et c'est à vous d'évaluer s'il est difficile ou facile. Les réponses à certaines questions sont plus faciles, alors que certaines autres peuvent être plus difficiles à trouver. À cet égard, veuillez noter que les animateurs ou animatrices eux-mêmes ne connaissent pas les réponses aux questions d'avance. Les effets sonores, lumineux, graphiques, musicaux et autres effets spéciaux comme les comptes à rebours ne servent qu'à contribuer à l'ambiance et n'ont aucune influence sur le processus de sélection des participants transférés au studio. La sélection des participants qui sont transférés au studio est faite au hasard par un système indépendant. La solution au jeu sera divulguée en fin d'émission. Chaque jeu peut contenir plusieurs rondes de durées différentes, lesquelles peuvent s'entendre [sic] jusqu'à la fin de l'émission. Pendant chaque ronde, un seul message texte ou un seul appel est sélectionné au hasard par le système. Dès qu'un message texte ou un appel est ainsi sélectionné, une nouvelle ronde débute. Une Ligne de la Chance peut être obtenue, à chance égale, soit par téléphone soit par texto. Vous pouvez participer par appel au 1-900-528-9900 à partir d'une ligne fixe en provenance du Canada ou par l'envoi d'un texto avec la mention « TV » au 77977 à partir d'une ligne téléphonique en provenance du Canada. Chaque fois que vous appelez ou que vous envoyez un message texte vous encourez des frais d'un dollar, que vous soyez choisi pour être transféré au studio ou non.

Comme dans l'épisode précédent, il y avait d'autre information qui défilait à l'écran. Le seul jeu dans cet épisode consistait en une grille de lettres pour lesquelles les producteurs voulaient que les participants trouvent des noms d'animaux. Outre les trois gagnants, il y avait des gens qui ont appelé pour proposer « alligator », mais ceux-ci n'ont pas gagné parce que le mot dans la grille était mal orthographié « aligator ». Comme dans le cas des autres épisodes de *Call TV* examinés dans les décisions précédentes, il y avait un grand laps de temps avant le dernier appel à la fin de l'émission.

#### La correspondance se rapportant à la deuxième plainte

Le 10 juin, le deuxième plaignant a présenté, par le biais du formulaire électronique du CCNR, ses préoccupations concernant l'épisode de la veille :

préoccupation : Il y avait un jeu (mot mystère). Le prix était 1 600 \$. Il fallait appeler au numéro de téléphone 1-900-528-9900. Et tombé [sic] sur une des lignes chanceuses 2, 11, 19, 26, 34, 40, 47, 53, 58, 65 afin de parler à l'animatrice et donner la bonne réponse. Après plusieurs tentatives pendant 1 h 30, j'ai constaté qu'il était impossible de tomber sur une de ces lignes. J'avais la bonne réponse. Il fallait trouver un nom d'animal dans la grille. J'ai trouvé 4 noms. Sauf qu'un seul était écrit correctement. Cette émission est une

arnaque. Il faut qu'elle soit retirée des ondes le plus vite possible. Il y a de nombreuses plaintes (plus de 200). Le problème c'est que cela coûte 1 \$ par tentative d'appel et on tombe tout le temps sur une mauvaise ligne. Et la facture monte au maximum à 200 \$. Et tout le monde se fait prendre.

Le directeur des affaires juridiques du télédiffuseur a répondu au plaignant le 14 juillet.

*Call TV* est une infopublicité présentée et payée par Mass Response et ces derniers ont l'obligation de respecter tous les règlements qui y sont applicables. En ce qui concerne votre plainte relative au jeu « Lignes de la Chance » durant l'émission diffusée dans la nuit du 9 juin dernier, vous alléguiez qu'il est impossible de tomber sur une de ces lignes, ce qui est inexact. Dans les faits, 4 personnes durant le jeu sont tombées sur une ligne de la chance lorsqu'elle était active et déclarée comme telle durant le jeu.

Pour votre information, sachez que les procédures techniques entourant le choix, au hasard, d'un appel ou d'un texto, ont été contrôlées et vérifiées par une tierce partie indépendante (à savoir KPMG) et elles sont conformes au standard de vérification « SAS 70 ». La conception et le déroulement des jeux ont eux aussi été soumis à des contrôles juridiques et techniques.

Par ailleurs, vous indiquez qu'il y avait 4 noms d'animaux dans la grille mais qu'un seul était écrit correctement. Ceci est également inexact. Il y avait plusieurs noms d'animaux écrits correctement (indiqués en rouge sur la photo du jeu en annexe) et tous correspondaient à une bonne réponse. Les noms d'animaux qui n'étaient pas écrits correctement, ne constituaient pas une bonne réponse mais étaient présents afin de rendre le jeu plus difficile.

Finalement, vous dites que le problème est que cela coûte 1 \$ par appel, que vous tombez tout le temps sur une mauvaise ligne et que la facture s'élève à un maximum de 200 \$. Dans ce contexte, nous aimerions préciser que les frais sont clairement indiqués sur l'écran et répétés durant l'émission par l'hôtesse. L'information est donc clairement visible et accessible pour les téléspectateurs. L'émission est réservée à des personnes de 18 ans et plus, lesquelles ont la capacité et la liberté de participer ou pas incluant l'acceptation des frais indiqués qui ne sont pas cachés. Par ailleurs, le maximum de 200 \$ est une politique instaurée par Mass Response Service GmbH dans le but de plafonner la participation afin de protéger les téléspectateurs, un tel plafond n'étant cependant pas requis.

Dans la mesure où vous souhaiteriez obtenir des explications plus détaillées sur les jeux et sur le choix des participants, nous vous invitons à consulter une des sources d'informations de *Call TV*, soit le site web ([www.calltv.ca](http://www.calltv.ca)) ou à appeler la ligne d'informations (1-877-264-2864). Le service à la clientèle rejoignable [*sic*] au 1-888-627-7706 se fera un plaisir de vous fournir plus de renseignements.

Le plaignant n'était pas satisfait de cette réponse et a présenté sa Demande de décision le 16 juillet.

Je ne suis pas d'accord avec la réponse de V télé.

Leur réponse est dénuée de sens et ils protègent leur émission car c'est leur client.

Je demande une décision.

## LA DÉCISION

Le Comité régional du Québec a étudié les télédiffusions 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.

Les membres du Comité ont lu toute la correspondance afférente et ont visionné les deux épisodes de l'émission décrits plus haut. Le Comité conclut que V n'a pas violé l'article précité du *Code de déontologie de l'ACR*.

### Les décisions précédentes concernant *Call TV*

Certains éléments des deux premières décisions demeurent pertinents pour la présente affaire, plus précisément ceux qui suivent. Dans la première décision sur *Call TV*, notamment *TQS concernant Call TV* (Décision du CCNR 08/09-1834 et -1856, rendue le 11 août 2009), ce Comité a bien précisé qu'il peut « trancher dans le cas de la diffusion des divers concours et des déclarations faites par les animatrices pendant les émissions [...]. 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 télédiffuseur avait également expliqué que l'émission « était une infopublicité », ce qui voulait dire (selon lui) qu'il n'était aucunement responsable de la programmation. Comme l'a indiqué TQS dans sa lettre aux plaignants, la mise en garde à l'auditoire qu'il a diffusée était déterminante. Cette mise en garde se lisait, en partie, comme suit : « [l]'émission qui suit est une infopublicité présentée et payée par MASS RESPONSE. » Comme l'a expliqué ce Comité dans cette décision-là, « 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. » Le Comité a ensuite expliqué l'importance de cette distinction comme suit :

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.

Pour ce qui est des concours comme tels, le Comité était fort préoccupé par le manque de transparence. Il a expliqué la question comme suit :

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 ne 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*.

Finalement, à ces fins, le Comité a exprimé son inquiétude au sujet d'« 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 deuxième décision au sujet de *Call TV*, *TQS concernant Call TV (version 1, prise 2)* (Décision du CCNR 08/09-1827+ et 09/10-0025+, rendue le 24 août 2010), a suivi les principes établis dans la première décision. Puisqu'elle abordait des concours qui ont

eu lieu pendant la même période de temps que celle de la première décision, soit avant d'aviser le télédiffuseur qu'il lui fallait modifier sa programmation, la deuxième décision ajoutait très peu aux principes déjà établis. Il s'agissait, toutefois, de jeux et de concours différents et de nouveaux exemples de manque de transparence, contrairement à l'article 12 du *Code de déontologie de l'ACR*.

### **Une préoccupation persistante**

Le Comité persiste dans son désaccord avec ce que le télédiffuseur estime être la nature de son émission. Dans les réponses que le télédiffuseur a faites aux deux plaignants dans la présente affaire, son porte-parole continue à appeler l'émission en cause « l'infopublicité *Call TV* », et il maintient en conséquence qu'en tant qu'« infopublicité présentée et payée par Mass Response [...] ces derniers ont l'obligation de respecter tous les règlements qui y sont applicables. » Il n'y a, bien entendu, aucun problème inhérent à ce que le télédiffuseur attribue la responsabilité à Mass Response, *pourvu qu'il ne le fasse pas dans le but de détourner sa propre responsabilité pour ce qu'il a diffusé*. Même si V semble avoir dirigé les plaignants vers Mass Response et le site Web de Mass Response pour obtenir des réponses et des explications, il n'a pas, à ces occasions-ci, *nié* sa propre responsabilité pour le contenu qu'il a télédiffusé. C'est une nette amélioration.

Pour ce qui est du fait que V qualifie *Call TV* d'infopublicité, le Comité tient toujours à aviser les téléspectateurs qu'il ne considère pas cette émission de la sorte. Le Comité note également que le premier plaignant dans la présente affaire n'était pas, lui non plus, d'accord avec cette caractérisation et qu'il a dit, en conclusion dans sa Demande de décision, que « rien dans cette émission ne correspond à la définition même d'une telle entité hybride. » Le Comité admet qu'il s'agit d'une émission payée, mais non d'une infopublicité; il considère que *Call TV* est ni plus ni moins un concours qui passe sur les ondes et qui est entièrement assujéti aux règles de l'article 12 du *Code de déontologie de l'ACR*.

### **Les concours dans les deux épisodes**

Aux termes de l'article 12, la préoccupation principale du Comité du Québec se rapporte au caractère équitable des concours dans les épisodes présentés les nuits du 21 avril et du 9 juin. Dans ces cas-là, le Comité n'a constaté aucun des problèmes liés à la transparence qui se sont présentés dans les décisions rendues plus tôt. Quoique les aspects visuels soient obscurs dans le jeu « *Quelle image est différente?* », ils étaient clairs dans les explications données par les gagnants. Dans les trois équations mathématiques, les réponses gagnantes dépendaient de connaissances de base

acquises à l'école quant au principe de « l'ordre des opérations », c.-à-d. faire d'abord les calculs à l'intérieur des parenthèses, effectuer ensuite les opérations de multiplication et de division (de gauche à droite), et terminer en effectuant les opérations d'addition et de soustraction (de gauche à droite). La seule question se rapporte à la mauvaise orthographe d'« alligator » dans la grille des noms d'animaux, et cela était, de l'avis du Comité, aussi élémentaire que l'ordre des opérations mathématiques. Il n'y avait rien d'obscur, de piégé, de trompeur ou exigeant des explications supplémentaires afin d'atteindre le niveau de transparence qui puisse satisfaire à l'article 12 du *Code de déontologie de l'ACR*. Pour ce qui est de la nature des concours présentés dans les deux épisodes en cause, le Comité ne trouve aucune violation de l'article 12 en raison du manque de transparence.

### **Des questions résiduelles**

Les deux plaignants ont soulevé des questions qui n'ont pas fait l'objet du raisonnement qui sous-tend la présente décision. Elles ne sont pas du genre « Ma facture de téléphone est trop élevée » (une question qui n'est pas du ressort du CCNR), mais elles revêtent – et cela se comprend – de l'importance pour les plaignants. En outre, elles sont liées au principe de la transparence. Il s'agit des « lignes de la chance », des « boutons chauds », de la sélection supposément faite au hasard des participants choisis qui téléphonent ou envoient un message texte, des longues périodes supposément authentiques sans un seul appel de la part d'un concurrent et du moment, était-il allégué, qui coïncidait avec la parution de concurrents tard dans l'émission. Le Comité est sensible aux doutes exprimés par les plaignants quant au choix *par hasardisation* des participants. Bien que le représentant du télédiffuseur ait expliqué que le choix de concurrents se fait sans aucune intervention *humaine*, cela ne veut bien sûr pas dire qu'une méthode de sélection informatisée ou programmée n'a pas été créée. Le Comité ne dispose simplement pas d'une méthode de vérifier l'authenticité de l'hasardisation, du caractère équitable et de la transparence de l'accès au processus du concours par les concurrents. Ce Comité ne laisse pas entendre que ce genre d'empêchement a été créé. Il fait simplement observer que la réponse donnée par le conseiller juridique du télédiffuseur *n'écarte* pas cette possibilité. Même si le processus se fonde entre autres sur la participation d'un cabinet d'experts-comptables connu à l'échelle internationale et sur l'application apparente de la norme de vérification n° 70 (SAS 70 dans les réponses du conseiller juridique) et que cela inspire une certaine mesure de confiance, même cela doit dépendre de ce qu'on demande à ce cabinet de vérifier. Autrement dit, la substance de la norme SAS 70 ou sa pertinence en ce qui concerne les préoccupations exprimées par les plaignants ne sont pas claires pour le Comité. En outre, aucun exemplaire de la norme SAS 70 n'a été fournie aux plaignants ou au CCNR. L'essentiel pour le Comité est que toutes *ces préoccupations-là* chez les plaignants, lesquelles laissent planer un élément de doute ou d'inquiétude de leur point

de vue (et de celui du Comité dans une certaine mesure), tiennent à des questions se rapportant au processus derrière l'écran, questions qui ne ressortissent pas au Comité. Le Comité ne peut pas faire plus qu'exprimer sa compréhension des raisons qui sous-tendent les préoccupations des plaignants. Bien que le Comité note l'observation faite par le premier plaignant selon laquelle « je ne sais trop par quel miracle [l'émission] réussit à se soustraire à nos lois et règlements », il note également que la juridiction du CCNR se limite aux codes régissant les radiodiffuseurs.

En bout de ligne, le Comité réitère la préoccupation qu'il a exprimée dans sa première décision sur *Call TV* qui est citée plus haut, notamment que

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*.

En l'absence de renseignements tangibles sur ce point, le Comité n'a aucun fondement lui permettant de mettre en question les activités menées *hors des ondes*, lesquelles ne sont pas du ressort du CCNR. Cela dit, il ne fait pas de doute qu'il serait rassurant d'obtenir, de la part du producteur et du télédiffuseur, des renseignements confirmant la pertinence de la norme SAS 70 et le rôle du cabinet d'experts-comptables réputé en ce qui concerne la question de la transparence.

### **Réceptivité du télédiffuseur**

Dans toutes les décisions rendues par le CCNR, ses comités évaluent la mesure dans laquelle le diffuseur s'est montré réceptif envers les plaignants. Dans la présente affaire, le Comité trouve que la réponse du conseiller juridique du télédiffuseur était une tentative minutieuse de répondre aux plaignants tout en tentant de se retirer du guêpier dans lequel il se trouvait. Bien que le Comité se préoccupe toujours, tel qu'indiqué plus haut, du fait que le télédiffuseur qualifie *Call TV* d'infopublicité, il admet que le télédiffuseur a évité de refiler les plaintes à Mass Response pour toutes les réponses. Le directeur des affaires juridiques du télédiffuseur a abordé les concours de manière précise et a expliqué les aspects du processus qui préoccupaient les plaignants, mais qui ne sont pas du ressort du CCNR. Même si le CCNR n'est pas en mesure d'évaluer ces préoccupations-là de manière substantive, il admet que les questions se rapportant à la transparence, à l'accès, à la surveillance par un important cabinet d'experts-comptables et à des normes apparentes régissant les concours (« SAS 70 ») ont toutes

été portées à l'attention des plaignants, bien que les normes elles-mêmes ne le fussent pas (comme nous le notons dans la section précédente) Pour ce qui est de la réceptivité, le Comité conclut qu'à cette occasion le télédiffuseur a respecté son obligation à cet égard en tant que membre du CCNR.

*La présente décision devient un document public dès sa publication par le Conseil canadien des normes de la radiotélévision. La station à l'égard de laquelle la plainte a été formulée est libre de la rapporter, de l'annoncer ou de la lire sur les ondes. Cependant, là où la décision est favorable à la station, comme c'est le cas dans la présente affaire, celle-ci n'est pas obligée d'annoncer le résultat.*

---

## ANNEXE

### Décision du CCNR 09-10-1563 et -1735

V concernant *Call TV* (version 2)

---

#### Les plaintes

V a commencé à diffuser une nouvelle version de l'émission *Call TV* en avril 2010. Jusqu'à date, le CCNR a reçu 47 plaintes concernant cette nouvelle version. Plusieurs de ces plaintes soulevaient des questions concernant les factures des services téléphoniques et d'autres questions qui ne tombent pas dans la juridiction du CCNR. De plus, d'autres plaintes n'ont pas mentionné une date de diffusion précise. Des 47 plaintes, seulement 22 tombaient dans la juridiction du CCNR et ont fourni une date de diffusion précise. Jusqu'à date, de ces 22 plaintes, seulement deux personnes ont soumis une Demande de décision. Leurs plaintes sont notées ci-bas.

#### Dossier 09-10-1563

Le 23 avril 2010, le CCNR a reçu la plainte suivante via le formulaire Web :

diffuseur : V télé  
émission : *Call TV*  
date: 21 avril 2010  
heure : 23 h 30 à 1 h 30

préoccupation : Jeu questionnaire produit en Autriche où l'animatrice incite les gens à envoyer un message texte par téléphone cellulaire moyennant un dollar par tentative. Le but étant de toute évidence d'accumuler un maximum d'appels pour distribuer un minimum de prix.

Les questions sont en général d'une simplicité élémentaire. Lorsque le prix est petit un appel est sélectionné rapidement et lorsque le prix est moyennement élevé il peut s'écouler jusqu'à 1 h 30 avant que l'animatrice ne prenne un premier appel.

Mon souci est qu'il ne semble y avoir aucun contrôle extérieur sur la façon dont ces jeux et la remise des prix s'effectue. En réalité il s'agit d'une arnaque télévisuelle condamnée déjà dans plusieurs autres pays et qui je ne sais trop par quel miracle réussit à se soustraire à nos lois et règlements.

J'ai signifié le 21 avril 2010 par courriel au télédiffuseur concerné (V télé) mon questionnement ainsi que mon désir de déposer une plainte auprès de votre organisme. À cette heure je n'ai reçu aucune réponse de leur part.

TQS à l'époque avait cessé au mois d'août 2009 de diffuser cette émission et depuis étant devenu V télé, *Call TV* est revenu sur leurs ondes et ainsi récidivant. Je récidive à mon tour car il s'agit ici de la seconde plainte que je dépose concernant cette émission,

la première ayant été faite il y a plus de 8 mois et dont l'étude de votre part n'est toujours pas complétée.

En espérant considérant votre autorité sur la question que vous preniez au sérieux mes récriminations.

### Dossier 09-10-1735

Le 10 juin, le CCNR a reçu la plainte suivante via le formulaire Web :

diffuseur : V  
 émission : *Call TV*  
 date : 9 juin 2010  
 heure : 23 h 30

préoccupation : Il y avait un jeu (mot mystère). Le prix était 1600 \$. Il fallait appeler au numéro de téléphone 1-900-528-9900. Et tombé sur une des lignes chanceuses 2, 11, 19, 26, 34, 40, 47, 53, 58, 65 afin de parler à l'animatrice et donner la bonne réponse. Après plusieurs tentatives pendant 1 h 30, j'ai constaté qu'il était impossible de tomber sur une de ces lignes. J'avais la bonne réponse. Il fallait trouver un nom d'animal dans la grille. J'ai trouvé 4 noms. Sauf qu'un seul était écrit correctement. Cette émission est une arnaque. Il faut qu'elle soit retirée des ondes le plus vite possible. Il y a de nombreuses plaintes (plus de 200). Le problème c'est que cela coute 1 \$ par tentative d'appel et on tombe tout le temps sur une mauvaise ligne. Et la facture monte au maximum à 200 \$. Et tout le monde se fait prendre.

### **Les réponses du télédiffuseur**

#### Dossier 09-10-1563

V a répondu au plaignant le 2 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 21 avril dernier. Nous tenons tout d'abord à souligner que *Call TV* est une infopublicité présentée et payée par Mass Response et que ces derniers ont l'obligation de respecter tous les règlements qui y sont applicables.

Nous saisissons l'occasion des présentes afin de vous indiquer que les procédures techniques par lesquelles un appel ou un texto est choisi au hasard, ont été contrôlées et vérifiées par une tierce partie indépendante (à savoir KPMG) et sont conformes au standard de vérification « SAS 70 ». Par ailleurs, la conception et le déroulement des jeux ont été soumis à des contrôles juridiques et techniques. Il n'y a aucune intervention humaine lors du choix d'un appel ou d'un texto et le choix ne se fait d'ailleurs pas en fonction du nombre d'appels ou de textos entrants.

Les trois différents modes de jeux sont expliqués sur le menu déroulant ainsi que sur le site Web de *Call TV*. D'autre part, le service à la clientèle de *Call TV* se fera un plaisir de vous fournir un complément d'informations au sujet de la participation à l'émission. Par ailleurs, vous remettez en question la remise des prix. Veuillez noter que cette procédure est expliquée en détails dans les diverses sources d'informations de *Call TV*, soit :

1. Numéro **1-877-264-2864** : ligne par laquelle il est possible d'écouter un message préenregistré détaillant toutes les informations;
2. Numéro **1-888-627-7706** : numéro grâce auquel vous pouvez obtenir des informations additionnelles en parlant à une représentante du service à la clientèle.
3. Site Web *Call TV* : [www.calltv.ca](http://www.calltv.ca)

La procédure est claire, transparente et s'effectue afin de faire en sorte que les gagnants reçoivent leurs prix le plus rapidement possible.

Nous espérons que ces explications ont pu éclairer cette situation et vous prions d'agréer, Monsieur, l'expression de nos sentiments les meilleurs.

#### Dossier 09-10-1735

V a répondu au plaignant le 14 juillet :

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 9 juin dernier.

*Call TV* est une infopublicité présentée et payée par Mass Response et ces derniers ont l'obligation de respecter tous les règlements qui y sont applicables. En ce qui concerne votre plainte relative au jeu « Lignes de la Chance » durant l'émission diffusée dans la nuit du 9 juin dernier, vous alléguiez qu'il est impossible de tomber sur une de ces lignes, ce qui est inexact. Dans les faits, 4 personnes durant le jeu sont tombées sur une ligne de la chance lorsqu'elle était active et déclarée comme telle durant le jeu.

Pour votre information, sachez que les procédures techniques entourant le choix, au hasard, d'un appel ou d'un texto, ont été contrôlées et vérifiées par une tierce partie indépendante (à savoir KPMG) et elles sont conformes au standard de vérification « SAS 70 ». La conception et le déroulement des jeux ont eux aussi été soumis à des contrôles juridiques et techniques.

Par ailleurs, vous indiquez qu'il y avait 4 noms d'animaux dans la grille mais qu'un seul était écrit correctement. Ceci est également inexact. Il y avait plusieurs noms d'animaux écrits correctement (indiqués en rouge sur la photo du jeu en annexe) et tous correspondaient à une bonne réponse. Les noms d'animaux qui n'étaient pas écrits correctement, ne constituaient pas une bonne réponse mais étaient présents afin de rendre le jeu plus difficile.

Finalement, vous dites que le problème est que cela coûte 1 \$ par appel, que vous tombez tout le temps sur une mauvaise ligne et que la facture s'élève à un maximum de 200 \$. Dans ce contexte, nous aimerions préciser que les frais sont clairement indiqués sur l'écran et répétés durant l'émission par l'hôtesse. L'information est donc clairement



visible et accessible pour les téléspectateurs. L'émission est réservée à des personnes de 18 ans et plus, lesquelles ont la capacité et la liberté de participer ou pas incluant l'acceptation des frais indiqués qui ne sont pas cachés. Par ailleurs, le maximum de 200 \$ est une politique instaurée par Mass Response Service GmbH dans le but de plafonner la participation afin de protéger les téléspectateurs, un tel plafond n'étant cependant pas requis.

Dans la mesure où vous souhaiteriez obtenir des explications plus détaillées sur les jeux et sur le choix des participants, nous vous invitons à consulter une des sources d'informations de *Call TV*, soit le site web ([www.calltv.ca](http://www.calltv.ca)) ou à appeler la ligne d'informations (1-877-264-2864). Le service à la clientèle rejoignable au 1-888-627-7706 se fera un plaisir de vous fournir plus de renseignements.

Nous vous prions d'agréer, Monsieur, l'expression de nos sentiments distingués.

## **Correspondance additionnelle**

### Dossier 09-10-1563

Le plaignant a soumis sa Demande de décision le 9 juin :

J'ai reçu de la part du diffuseur V télé un semblant d'explication qui loin de me satisfaire renforce mon désir de mener au bout cette affaire. On insiste ainsi sur le fait qu'il s'agit d'une infopublicité or rien dans cette émission ne correspond à la définition même d'une telle entité hybride puisqu'il n'y a aucun produit ni service à vendre ou promouvoir ici. On insiste aussi sur le fait qu'une firme indépendante veille au bon déroulement des jeux et des remises de prix et qu'un système informatisé détermine la façon dont les appels sont reçus en studio comme si aucune intervention humaine ne venait contrôler de près ou de loin le déroulement de ces jeux. De plus les questions de calcul mathématique sont tout à fait ridicules car rien ne détermine d'une façon claire la manière d'effectuer les calculs ainsi  $18+18-18 \times 2$  ne donne pas 36 comme toute bonne calculatrice le dirais mais bien 0 d'après *Call TV*.

En espérant qu'il ne s'écoulera une année avant d'obtenir une décision de votre part.

Pendant le mois d'août, ce plaignant a envoyé trois courriels demandant ce qui se passe avec son dossier.

### Dossier 09-10-1735

Le plaignant de ce dossier a envoyé le courriel suivant le 16 juillet :

Je ne suis pas d'accord avec la réponse de V télé.

Leur réponse est dénuée de sens et ils protègent leur émission car c'est leur client.

Je demande une décision.