
CONSEIL CANADIEN DES NORMES DE LA RADIODIFFUSION

COMITÉ NATIONAL DES SERVICES SPÉCIALISÉS

Teletoon Retro concernant une publicité pour *The Night Exchange* diffusée dans *Batman: The Animated Series*

(Décision du CCNR 10/11-1669)

Rendue le 15 décembre 2011

R. Cohen (président), M. Bulgutch (*ad hoc*), S. Crawford (*ad hoc*), D. Dobbie (*ad hoc*),
D.-Y. Leu, D. Ward

LES FAITS

Teletoon Retro est un service de télévision spécialisée qui présente les classiques du dessin animé des années 1960 à 1990. Son public-cible se compose de personnes d'âges variés, dont des adultes qui ont la nostalgie des dessins animés de leur enfance. Ce service a diffusé un épisode de *Batman: The Animated Series* à 1 h 30, heure de l'Est le 16 mai 2011 (soit 23 h 30, heure des Rocheuses le 15 mai dans le fuseau horaire du plaignant). Classifié C8 par le télédiffuseur, cet épisode comporte des scènes d'action et de violence légères et a été réalisé en 1992.

Une publicité de 30 secondes annonçant la ligne téléphonique pour adultes « The Night Exchange » a été diffusée à la première et à la troisième pause publicitaire de cet épisode de *Batman*. L'annonce montrait en toutes lettres le nom du service, le numéro à composer et les accroches [traductions] « fun tout près de chez toi », « facile à utiliser » et « essai gratuit ». Les images mettaient en scène des femmes s'adressant à la caméra ou parlant au téléphone. D'une manière plutôt aguichante, chacune de ces femmes, suggérait aux téléspectateurs d'appeler, comme [traduction] « Tu veux avoir du fun? », « Montre ton côté l'fun », et « Il faut que tu appelles si tu veux avoir du fun. » Une des femmes a dit [traduction] « Parfois nous faisons juste parler, et parfois ça devient *tellement* bon que nous allons plus loin. » Une des femmes était étendue sur un

lit, une autre sur un bureau, tandis qu'une autre était assise sur un canapé. Elles étaient toutes vêtues et portaient des blouses sans manches des jupes ou d'autres vêtements du même genre. L'annonce se terminait sur la mention du site Web, « The Night Exchange.com », en lettres blanches sur fonds noir, indiquant les numéros de téléphones et indicatifs régionaux à composer, ainsi qu'un numéro sans frais. On pouvait ensuite lire [traduction] « Appelez dès maintenant », puis on entendait une voix féminine hors champ dire sur un ton séduisant [traduction] « Appelez The Night Exchange. Conversations hot avec de vraies personnes ».

Le CCNR a reçu une plainte en date du 13 mai 2011 au sujet de la diffusion de cette annonce pendant la présentation de *Batman* (le texte intégral de toute la correspondance y afférente se trouve à l'annexe en anglais seulement). Le plaignant a indiqué qu'il avait déjà communiqué avec Teletoon Retro et que la station lui a répondu qu'elle ne diffusait les annonces pour « The Night Exchange » qu'après minuit dans le fuseau horaire de l'Est, conformément aux lignes directrices du CCNR. Le plaignant, quant à lui, a soulevé l'argument suivant :

[Traduction]

Avec la technologie que nous avons aujourd'hui, il n'est pas question de l'heure à laquelle l'émission est diffusée, mais bien de savoir si le contenu de l'annonce cadre avec la classification attribuée à l'émission. J'enregistre cette émission sur ENP pour mes enfants et je voudrais que ce genre de publicité soit éliminé d'une émission classifiée pour les enfants!

Je n'ai jamais porté plainte au CRTC, cependant il est inadmissible de diffuser des thèmes adultes dans une émission animée pour les enfants.

Le CCNR a demandé au plaignant de lui indiquer la date et l'heure spécifiques de l'émission afin d'instruire sa plainte. Dans sa réponse à cette demande le 17 mai, le plaignant a inclus une copie de l'épisode du 16 mai de l'émission en cause, mais a fait remarquer que l'annonce paraît dans chaque présentation de *Batman* diffusée tard en soirée. Il a réitéré ses préoccupations comme suit :

[Traduction]

Bien que je comprenne que l'émission passe tard en soirée, le contenu des annonces ne convient pas à une émission pour enfants, peu importe l'heure de diffusion. Mes enfants n'écoutent pas cette émission dans le créneau d'origine; ils regardent l'enregistrement sur ENP quand ils en ont le goût. En tant que parent, je veille à ce que mes enfants écoutent des émissions de télévision qui conviennent à leurs âges respectifs. Je ne devrais pas être obligé de passer au peigne fin les annonces qui passent pendant une émission destinée aux enfants pour m'assurer qu'elles sont aussi convenables. Je suis d'avis qu'il n'y a pas lieu de télédiffuser des messages publicitaires pour une ligne de téléphone pour adultes pendant une émission destinée aux enfants.

Dans la réponse officielle que la station a fait parvenir au plaignant le 24 mai, elle a indiqué qu'elle regrettait que la publicité pour « The Night Exchange » l'ait perturbé,

mais a également fait remarquer que cette publicité avait été diffusée après 21 h. En ce qui concerne l'inquiétude du plaignant quant au fait que ses enfants écoutent l'émission selon un horaire décalé, Teletoon Retro a pris la position suivante :

[Traduction]

Bien que *Batman: The Animated Series* soit une émission qui plaise aux téléspectateurs de tous âges, Teletoon la présente dans le créneau de 1 h 30, heure de l'Est à l'intention de ses téléspectateurs adultes. Avec l'arrivée des ENP, nous ne pouvons pas contrôler quand nos téléspectateurs regardent nos émissions. Nous ne pouvons que les avertir de l'heure à laquelle l'émission a été diffusée à l'origine puisque les annonces ciblent les gens qui l'écoutent à cette heure-là.

Insatisfait de cette réponse, le plaignant a présenté sa Demande de décision le 24 mai, accompagnée de la note suivante :

[Traduction]

Le télédiffuseur insiste sur le fait qu'il se conforme aux lignes directrices et qu'il agit donc correctement selon les attentes du CCNR. Je comprends que Teletoon Retro respecte les lignes directrices « au pied de la lettre », cependant ce télédiffuseur ne fait preuve d'aucun discernement quand il place des annonces ayant des thèmes adultes dans des émissions pour enfants. Il y a lieu de réviser les lignes directrices de sorte qu'elles se mettent au pas de la technologie actuelle, comme les ENP, afin d'éviter ce problème.

LA DÉCISION

Le Comité national des services spécialisés a étudié la plainte à la lumière des dispositions suivantes du *Code de déontologie* et du *Code concernant la violence* de l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) :

Code de déontologie de l'ACR, Article 4 – Émissions pour enfants

- 1) Compte tenu du fait que les émissions spécialement destinées aux enfants s'adressent à des esprits impressionnables et qu'elles influencent les aptitudes et le comportement sociaux, il incombe aux radiotélédiffuseurs d'assurer une surveillance très attentive quant au choix et au contrôle du contenu, à la conception des personnages et à l'intrigue.
- 2) Rien dans ce qui précède signifie qu'il faudra éliminer la vivacité et l'entrain qui conviennent à l'imagination des enfants et à leur esprit d'aventure. Mais cela signifie que ces émissions doivent être fondées sur des solides principes sociaux et que leur présentation doit être particulièrement soignée, qu'elles doivent refléter les normes de moralité et d'éthique de la société contemporaine canadienne et encourager les attitudes et les comportements pro-sociaux. Les radiotélédiffuseurs devraient inciter les parents à choisir, dans le vaste répertoire de la radiotélévision, les meilleures émissions pour leurs enfants.

Code de déontologie de l'ACR, Alinéa 10 f) – Télédiffusion (Mise à l'horaire)

Les messages publicitaires ayant du contenu sexuellement explicite [...] à l'intention des auditoires adultes [...] ne doivent pas être diffusés avant 21 h 00.

Code de déontologie de l'ACR, Article 13 – Publicité (Principes généraux)

- a) Reconnaissant que les commanditaires rendent service aux auditeurs et téléspectateurs en leur faisant connaître les produits et services qu'ils peuvent se procurer dans leur localité, mais aussi reconnaissant que la publicité qui en est faite pénètre dans l'intimité du foyer, il incombe aux radiotélédiffuseurs et à leurs représentants commerciaux de coopérer avec les annonceurs et leurs agences en vue d'améliorer la façon de faire cette publicité pour qu'elle soit simple, véridique et vraisemblable et qu'elle respecte les convenances des collectivités desservies.
- b) Pour être vraiment efficace, la publicité doit non seulement transmettre le message approprié, mais il faut que l'émission qui la véhicule soit de la meilleure qualité possible afin de provoquer dans le public une réaction favorable au commanditaire. Rien dans ce qui précède empêche de présenter, sous forme de dramatisation, l'usage, la valeur et l'attrait des produits ou services. La loi protège les consommateurs contre la publicité mensongère et exagérée concernant les produits pharmaceutiques, les médicaments brevetés et les produits alimentaires. Il incombe néanmoins aux radiotélédiffuseurs et à leurs représentants commerciaux de coopérer avec ceux qui annoncent ces produits et avec les agences de publicité en vue d'assurer que la publicité au sujet de leur usage et de leur valeur soit exprimée en langage qui ne choque pas. [...]

Code de l'ACR concernant la violence, Article 4 – Système de classification

C8 - Enfants de plus de 8 ans

Cette classification s'applique aux émissions que les enfants de huit ans et plus peuvent généralement, selon ce que l'on considère acceptable, regarder seuls. On suggère qu'un parent ou un tuteur regarde, avec les enfants de moins de huit ans, les émissions portant cette cote.

Les émissions portant cette cote respectent les dispositions de l'article consacré aux enfants dans le *Code de l'ACR concernant la violence*. Il s'agit d'émissions qui ne représentent pas la violence comme moyen privilégié, acceptable ou comme seul moyen de résoudre les conflits, ou qui n'encouragent pas les enfants à imiter les actes dangereux qu'ils peuvent voir sur le petit écran.

Les émissions portant cette cote pourraient porter sur des thèmes ne convenant pas à des enfants plus jeunes. Les références à ces thèmes controversés devront être discrètes et adaptées aux huit à douze ans au sein de ce groupe de téléspectateurs.

Lignes directrices sur la violence

- Les représentations réalistes de la violence seront peu fréquentes, discrètes, de faible intensité et doivent exposer les conséquences de la violence.
- La violence représentée doit se situer dans le contexte du développement du scénario ou des personnages.

- Il pourrait s'agir de violence physique légère, de violence humoristique, de scènes d'horreur comiques et d'effets spéciaux ainsi que de la violence fantastique, surnaturelle ou animée.

Autres lignes directrices sur le contenu

- Langage : pas de jurons; possibilité d'usage peu fréquent de langage que certains pourraient considérer injurieux ou discriminatoire sur le plan social, et ce seulement s'il est utilisé dans le contexte de l'intrigue ou du développement des personnages.
- Sexe/nudité : aucun(e)

Les membres du Comité décideur ont lu toute la correspondance afférente et ont visionné l'émission en cause. La majorité du Comité conclut qu'il n'y a eu aucune violation des dispositions précitées. Deux membres du Comité ont exprimé une opinion dissidente.

Le contenu du message publicitaire pour « The Night Exchange »

L'alinéa 10 f) du *Code de déontologie de l'ACR* stipule que les messages publicitaires ayant du contenu sexuellement explicite exclusivement à l'intention des adultes ne doivent passer que pendant la plage des heures tardives, soit de 21 h à 6 h. La question pour le Comité national des services spécialisés est de savoir si le contenu de l'annonce en cause fait partie de la catégorie du « contenu sexuellement explicite ». Le Comité conclut à l'unanimité qu'elle n'en fait pas partie. On ne saurait dire que les images ou les commentaires sont même le moins sexuellement *explicites*. Il n'y a aucune scène d'activité sexuelle ou description verbale d'actes sexuels, toutes les femmes sont complètement vêtues et portent d'ailleurs des vêtements qui ne sont pas particulièrement séduisants. Elles encouragent simplement les téléspectateurs à appeler pour [traduction] « avoir du fun ». Même lorsqu'une des femmes dit [traduction] « parfois ça devient *tellement* bon que nous allons plus loin », on ne pourrait qualifier cette déclaration d'explicite tellement elle est vague. En outre, le contenu de l'annonce ne révèle pas s'il s'agit en réalité d'une ligne de sexe téléphonique ou simplement d'une ligne de bavardage. Que les gens découvrent la vérité quand ils composent un des numéros ou visitent le site Web n'a aucun rapport avec l'évaluation que le CCNR fera du contenu de l'annonce.

Le Comité note également la différence entre cette annonce pour « The Night Exchange » et une infopublicité dont a été saisi le Comité régional de l'Ontario.¹ Dans ce cas-là, le message en cause a duré 30 minutes par opposition aux 30 secondes dont il est question ici, et les vêtements que portaient les femmes, leur comportement et leur langage avaient un caractère davantage provocateur et sexuel. Le Comité de l'Ontario a donc conclu qu'étant donné que cette infopublicité était sexuellement explicite elle

n'aurait pas dû passer en plein après-midi. Par contre, le Comité des services spécialisés estime que la diffusion de la publicité pour « The Night Exchange » à 1 h 30 et 2 h, heure de l'Est ne pas enfreint l'alinéa 10 f) du *Code de déontologie de l'ACR*. Étant donné, de plus, que le Comité conclut que l'annonce n'a pas de contenu sexuellement explicite, il est peu probable que sa diffusion avant le début de la plage des heures tardives enfreigne le *Code*, à moins que ce ne soit dans les circonstances indiquées ci-dessous.

Mise à l'horaire des messages publicitaires pendant les émissions pour enfants

Les dispositions sur la mise à l'horaire du *Code de déontologie de l'ACR* et du *Code de l'ACR concernant la violence* font la distinction entre deux catégories de messages publicitaires et promotionnels, soit ceux qui visent exclusivement les auditoires adultes et ceux à l'intention de tous les auditoires. La diffusion de ceux de la deuxième catégorie peut se faire n'importe quand pendant la journée, tandis que ceux de la première catégorie ne doivent paraître que pendant la plage des heures tardives comprise entre 21 h et 6 h dans *tous* les fuseaux horaires. À cet égard, le Comité rappelle aux services spécialisés qui distribuent un seul signal que « l'exception » à la règle sur les fuseaux horaires, notamment que l'heure de diffusion se détermine selon le fuseau horaire d'origine, ne s'applique *pas* aux annonces et aux messages promotionnels. À la différence des émissions, les messages publicitaires et promotionnels ne sont pas assujettis à un système de classification comportant plusieurs niveaux. En outre, la plage des heures tardives n'est pas échelonnée au Canada. Le CCNR a établi dans une décision antérieure² que le « niveau » de classification théorique attribué à ces messages ne doit pas forcément être identique à celui de l'émission dans laquelle ils paraissent. Simplement dit, l'annonce ou le message promotionnel est apte à passer avant le début de la plage des heures tardives ou il ne l'est pas, peu importe le contenu de l'émission.

Ceci dit, on peut supposer une troisième catégorie à la lumière de l'article 13 et de la possibilité d'élargir la portée de l'article 4 du *Code de déontologie de l'ACR* à la publicité. Cette catégorie supplémentaire englobe les messages publicitaires et promotionnels qui sont permis n'importe quand sauf *pendant les émissions destinées spécifiquement aux enfants*. Le libellé de l'article 13, lequel est consacré à la publicité, mentionne « les convenances [les seuils de tolérance] des collectivités desservies », la transmission d'un « message approprié » et l'attente suivante : « que l'émission qui la véhicule soit de la meilleure qualité possible [ou la plus appropriée » [la version anglaise de l'article mentionne « the best possible programming »]. L'article 4, quant à lui, porte uniquement sur les *émissions* pour enfants et stipule que celles-ci doivent « refléter les normes de moralité et d'éthique de la société contemporaine

canadienne », mais il serait logique de prolonger les principes de l'article 4 aux autres éléments de programmation entourant les émissions pour enfants.

C'est effectivement ce que le CCNR a fait dans un cas concernant la mise à l'horaire de trois annonces violentes qui ont été diffusées pendant des émissions pour enfants présentées le matin et l'après-midi.³ Le Comité régional du Québec, en l'occurrence, a jugé que deux d'entre elles auraient dû passer uniquement pendant la période après 21 h étant donné les scènes de violence réservées aux adultes. Il a conclu que la troisième n'avait pas un caractère suffisamment violent pour qu'elle soit destinée exclusivement aux adultes, mais que la station a violé l'article sur les émissions pour enfants du *Code de l'ACR concernant la violence* pour l'avoir diffusée pendant une émission pour enfants. Même si ce cas-là tombait sous le coup du *Code de l'ACR concernant la violence*, le Comité national des services spécialisés estime raisonnable d'appliquer les dispositions sur les émissions pour enfants et leur mise à l'horaire parallèlement aux annonces ayant du contenu à caractère sexuel, du langage grossier ou d'autres thèmes adultes.

Somme toute, les radiodiffuseurs doivent être conscients de leurs obligations aux termes des articles 4 et 13 en ce qui concerne la publicité qu'ils diffusent dans les émissions pour enfants. Le Comité estime qu'une publicité pour une ligne de téléphone destinées aux adultes – surtout le genre qui *invite* directement les téléspectateurs à appeler « dès maintenant » – pendant une émission pour enfants ne respecte pas « les convenances [les seuils de tolérance] des collectivités desservies », et que ce type d'émission n'est pas le meilleur choix pour véhiculer ce message.

Un facteur qui complique les choses : la mise à l'horaire de cet épisode de *Batman*

Il est compliqué d'appliquer le principe susmentionné à la présente affaire, étant donné que Teletoon Retro a mis *Batman: The Animated Series* à l'horaire à 1 h 30, heure de l'Est. Ce choix remet en question le groupe d'âge visé par cette émission. Teletoon Retro n'est *pas* une chaîne pour les enfants; tel que mentionné plus haut, ce service présente des émissions animées anciennes qui sont destinées à divers groupes d'âge, y compris les adultes. D'une part, Teletoon Retro a classifié cet épisode C8, ce qui laisse entendre qu'il considérerait cet épisode une *émission pour enfants* ayant au moins huit ans. D'autre part, l'émission était inscrite à 1 h 30 à la grille-horaire, heure à laquelle Teletoon Retro pouvait raisonnablement s'attendre à ce que peu d'enfants, sinon aucun, soient à l'écoute.

La question pour le Comité national des services spécialisés est la suivante : à quel point une émission dont le contenu en fait normalement « une émission pour enfants » ne répond-elle plus à cette définition en raison de son créneau horaire? La majorité du

Comité conclut qu'on ne peut pas considérer que cette diffusion de *Batman: The Animated Series*, faite à 1 h 30, ciblait les enfants. Elle est d'avis, plutôt, qu'à cette heure-là Teletoon Retro ciblait les adultes qui s'intéressent aux dessins animés, aux bandes dessinées, aux héros d'action, etc.

Le CCNR reconnaît que les téléspectateurs ont, et exercent, l'option d'enregistrer des émissions n'importe quand afin de les regarder aux moments qu'ils choisissent, mais le fait est que ni le CCNR, ni les radiodiffuseurs ne peuvent contrôler cette activité. Les radiodiffuseurs ne sont tenus de respecter que les règles en matière de mise à l'horaire qui sont énoncées dans les Codes, et ces règles permettent la diffusion des messages publicitaires et promotionnels axés sur des thèmes adultes entre 21 h et 6 h. La majorité du Comité estime que les téléspectateurs doivent tenir compte du fait qu'ils verront peut-être des éléments de programmation destinés exclusivement aux adultes pendant cette période. Il appartient aux téléspectateurs qui visionnent ou enregistrent des émissions diffusées pendant la plage des heures tardives de prendre les précautions nécessaires, peu importe le caractère ou la classification d'une émission donnée. Par conséquent, la majorité du Comité juge que Teletoon Retro était libre de présenter la publicité pour « The Night Exchange » pendant la diffusion de *Batman* à 1 h 30 et qu'il n'y a eu aucun manquement aux Codes.

Opinion dissidente de M. Bulgutch et D. Ward

Nous ne partageons pas l'avis de la majorité, car de notre point de vue une émission pour enfants ne cesse de l'être simplement parce qu'elle est diffusée entre 21 h et 6 h. Cela est d'autant plus vrai lorsque le *radiodiffuseur a lui-même* classifié l'émission C ou C8, déclarant de ce fait que les enfants constituent le public-cible. Les radiodiffuseurs canadiens ont créé le système de classification dans le but d'informer l'auditoire sur le groupe d'âge visé par les diverses émissions. En outre, on a fait valoir la compatibilité de ce système avec la technologie de blocage des émissions en tant qu'outil permettant aux téléspectateurs de contrôler ce qui passe au petit écran dans leurs foyers. Il est illogique de déclarer que la classification d'une émission ne veut rien dire entre 21 h et 6 h. De plus, cette approche ne rend pas service aux téléspectateurs qui ont effectivement pris le temps d'activer la puce antiviolence ou un autre moyen de blocage. Si, par exemple, un téléspectateur règle son système de filtrage de façon à recevoir seulement les émissions classifiées C ou C8, il doit pouvoir s'attendre à ce que son téléviseur ne reçoive *aucune* programmation ne convenant pas aux enfants (que ce soit une émission, une publicité, un message promotionnel ou tout autre contenu interstitiel), et ce *n'importe quand pendant la journée*.

Nous concluons donc que Teletoon Retro a violé les articles 4 et 13 du *Code de déontologie de l'ACR* quand il a diffusé la publicité pour « The Night Exchange » pendant une émission pour enfants.

Réceptivité du télédiffuseur

Dans toutes les décisions rendues par le CCNR, ses comités évaluent la mesure dans laquelle le radiodiffuseur s'est montré réceptif envers le plaignant. Bien que le radiodiffuseur ne soit certes pas obligé de partager l'opinion du plaignant, sa réponse doit être courtoise, bien réfléchie et complète. Dans la présente affaire, Teletoon Retro a effectivement donné ce genre de réponse au plaignant avant qu'il ne communique avec le CCNR. Il lui a même envoyé une réponse plus longue et approfondie après que le CCNR soit intervenu. Dans ses deux réponses, le télédiffuseur a expliqué son point de vue sur la situation. De toute évidence, Teletoon Retro a respecté son obligation de se montrer réceptif. Par conséquent, rien de plus n'est exigé de sa part dans ce cas-ci.

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.

¹ *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)

² *CKCK-TV concernant des messages promotionnels pour The Sopranos et une publicité pour The Watcher* (Décision du CCNR 00/01-0058, rendue le 20 août 2001)

³ *TQS concernant l'horaire de diffusion de publicités et de messages promotionnels* (Décision du CCNR 98/99-0212, -0213 et -0882, rendue le 23 juin 1999)

APPENDIX

CBSC Decision 10/11-1669 Teletoon Retro re an advertisement for The Night Exchange during *Batman: The Animated Series*

The Complaint

The CRTC forwarded to the CBSC the following complaint dated May 13:

I am very concerned about some of the advertisements that are shown during the *Batman: The Animated Series* on the network Teletoon Retro. The advertisements are for the "Night Exchange", which is an adult chat line. I contacted the network, and they responded by saying that:

"Ads considered to contain mature content, such as the Night Exchange chat-line commercial you refer to in your email, are recommended for broadcast post-9 pm. TELETOON Retro only has one broadcast feed from Toronto to serve a national audience and broadcasts the Night Exchange commercials exclusively after 12 am ET and 9 pm PT, in accordance with all CBSC guidelines."

With today's technology, the issue is not what time the show is broadcast, but is the advertising content appropriate for the rating of the show. I PVR this show for my children and would like this type of advertising removed from a show that is rated for children!

I have never lodged a complaint with the CRTC, but this is unacceptable to have adult themes broadcast during a children's animated television show.

The CBSC informed the complainant that he would need to provide a specific date and time of broadcast in order for the CBSC to pursue his complaint. He provided that information on May 17:

Thank you for taking the time to follow up on this issue. The commercial for "The Night Exchange" airs regularly during the airing of *Batman: The Animated Series*. The last episode I saw this commercial [in] was aired on May 16, 2011 approximately eleven minutes into the show, but I believe the commercial is shown during every broadcast. The television show is programmed to run daily at 11:30 pm local time on Teletoon Retro.

I recognize that the time of the broadcast is late, but the content of the commercials is not appropriate for a children's show regardless of the broadcast time. My children do not watch this show at the time it is aired, but PVR every episode to watch at their convenience. As a parent, I make every effort to make sure my children watch television shows that are age appropriate. I should not have to scrutinize the advertisements that are broadcast during a children's show to ensure that they are age suitable as well. I do not believe that advertisements promoting adult chat lines should be televised during a show that is intended for children's viewing.

Broadcaster Response

The broadcaster responded to the complainant on May 24 with the following letter:

We received your complaint through the Canadian Broadcasting Standards Council (CBSC) on May 19, 2011. We thank you for sharing your concerns about a commercial for Night Exchange airing on TELETOON Retro. As per our correspondence through TELETOON's Audience Relations mailbox, we sincerely regret that you and your family were upset by this airing as it is certainly never our intention to offend our viewers. I would like to take this opportunity to reiterate some information about the programming and commercial scheduling on TELETOON Retro.

Batman The Animated Series is a program that appeals to viewers of all ages but in its current programming slot at 1:30 am ET, TELETOON has chosen to cater this program to our mature audience. With new PVR technology we cannot control when our viewers choose to watch our programming. We can only advise them to be aware of the program's original broadcast time as the advertisements are intended for the audience watching at that time.

As mentioned in our previous correspondence, TELETOON Retro is not solely a children's network. It is a 24-hour animation and animation-related station, dedicated to providing a variety of programming for a wide variety of viewers. Although the channel is popular with children and pre-teens, TELETOON Retro presents classic cartoons of the '60s, '70s and '80s which appeal to not only kids, tweens and teens but also adults. Bureau of Broadcast Measurement (BBM) ratings show that, on average, 70% of the channel's viewers are adults.

It is also important to mention again that all commercials broadcast on TELETOON receive clearance by the Telecaster Services of the Television Bureau of Canada. The Telecaster services' function is to review each advertisement message or announcement to ensure it complies with the Telecaster Committee Guidelines, including guidelines for violence, gender portrayal, sexuality, moral, legal and/or ethical issues in modern-day society and broadcast ethics. Ads considered to contain mature content, such as the Night Exchange commercial you refer to in your email, are recommended for broadcast post-9 pm. TELETOON Retro only has one broadcast feed from Toronto to serve a national audience and after verifying our logs, I can confirm that Night Exchange aired after 1:30 am ET and 11:30 pm MDT, during *Batman The Animated Series*, in accordance with all CBSC guidelines.

That said, please know that we take our viewer feedback very seriously and have forwarded your comments to the programming department for their consideration.

Once again, we regret that this commercial has upset you and your family. Thank you again for taking the time to write us. If you have any other comments or questions, please do not hesitate to contact us again.

Additional Correspondence

The complainant filed his Ruling Request on the same day, accompanied by the following note:

The broadcaster has insisted that they are following the guidelines and are doing nothing wrong according to the CBSC. I understand that Teletoon Retro is following the "letter of the law", but they are not using their judgement when placing advertisements of a mature nature

on during a children's television program. The guidelines need to be revisited to catch up with the technology (PVR) in use, to keep this from happening.