

# **Commission d'éthique pour les télécommunications**

**Ellipse Building – Bâtiment C  
Boulevard du Roi Albert II, 35  
1030 BRUXELLES**

**Décision n° D-2011-09**

-

**28/03/2012**

-

**concernant**

**Music Hall Group S.A.**

## 1. Objet

Dans la présente décision, la Commission d'éthique pour les télécommunications (également appelée ci-après: « la Commission d'éthique ») se prononce sur un dossier ouvert à charge du prestataire de services Music Hall Group S.A. dans le cadre d'une procédure lancée de sa propre initiative par la Commission d'éthique.

## 2. Contexte, faits et procédure

La Music Hall Group S.A. (ci-après: « Music Hall ») est essentiellement un organisateur, un promoteur et un producteur de comédies musicales, de concerts et de pièces de théâtre. Elle organise également des événements pour les entreprises et assure un service de in-house catering<sup>1</sup>. Stadsschouwburg Antwerpen S.A., Zuiderkroon Antwerpen, Capitole Gand S.A., Forest National S.A., Music Hall Promotions S.A., Gusto S.A., Music Hall Events S.A. font partie de Music Hall Group S.A NV<sup>2</sup>.

Lors de la promotion de la comédie musicale « Fiddler on the Roof », Music Hall a notamment placé une affiche dans le Métro du 7 octobre 2011, qui se présentait comme suit:



Le 18 novembre 2011, vers 14h00, 2 captures d'écran du site Internet [www.musichall.be](http://www.musichall.be) ont également été réalisées.

La première capture d'écran portait sur la rubrique « Contactez-nous » du site Internet de Music Hall, invitant l'internaute à téléphoner au numéro 0900 69 900 « Pour toute question concernant les tickets » (pièce 2).

La deuxième capture d'écran portait sur la rubrique « Contactez-nous – Formules VIP » du site Internet [www.musichall.be](http://www.musichall.be), où les entreprises étaient notamment renvoyées « pour toute question relative aux formules VIP, à la location de salles ou l'organisation d'événements pour des entreprises » au numéro de contact 070 22 44 22 (pièce 3).

Music Hall a été informée de ces faits par courrier recommandé, reçu par Music Hall en date du 23/12/2011 et contenant les infractions constatées à sa charge (voir point 3).

<sup>1</sup> Voir <http://www.musichall.be/fr/a-propos-de-music-hall/music-hall-group>

<sup>2</sup> Voir <http://www.musichall.be/fr/disclaimer-et-vie-privee>

Après contact téléphonique le 06/01/2012, le secrétariat de la Commission d'éthique a reçu une défense écrite en date du 11/01/2012 (également reçue par e-mail le 12/01/2012) dans laquelle Music Hall transmettait les informations demandées ainsi que les preuves des adaptations apportées par Music Hall.

Le 01/02/2012, Music Hall a reçu un courrier recommandé du Secrétariat de la Commission d'éthique contenant le rapport de ce dernier concernant le présent dossier ainsi qu'une nouvelle demande d'informations (courrier recommandé envoyé le 27/01/2012).

Le 13/02/2012, le Secrétariat de la Commission d'éthique a reçu un courrier recommandé de Music Hall S.A. dans lequel celle-ci lui transmettait les informations demandées.

Lors de la séance du 27/02/2012, après la relation des faits, le représentant légal de Music Hall, monsieur Dominick Allaert, directeur de Music Hall Group S.A., a été entendu dans ses moyens de défense. La langue néerlandaise a été utilisée.

### **3. Infraction(s) à charge**

Il a été retenu à charge de Music Hall que les articles 20, alinéas 1er, 2, et 3, 22, alinéa 1er et 45, de l'arrêté royal du 9 février 2011 établissant le Code d'éthique pour les télécommunications avaient été enfreints.

### **4. Point de vue de Music Hall Group S.A.**

Tout d'abord, Music Hall remercie la Commission d'éthique d'attirer son attention sur la manière correcte à utiliser dans le cadre des faits énoncés dans la constatation. Tant dans son courrier recommandé du 11/01/2012 que dans celui du 13/02/2012, Music Hall fait savoir qu'elle utilisera dorénavant la manière correcte dans ses communications. Music Hall déclare avoir corrigé toutes les infractions potentielles signalées et annexe les captures d'écran des améliorations apportées ainsi qu'un exemple des nouvelles communications imprimées qui, selon Music Hall, respectent les directives.

Music Hall déclare avoir apporté les indications erronées par ignorance et certainement pas délibérément. Music Hall s'excuse encore d'avoir commis cette infraction et confirme qu'elle n'a jamais eu l'intention d'induire les utilisateurs finals en erreur.

Dans sa défense, Music Hall déclare encore que son « core business » est l'exploitation de salles et la commercialisation de spectacles. Elle confie la vente de billets à une société spécialisée, Sherpa.be S.A. Les billets pour les spectacles de Music Hall peuvent être achetés sur le site Internet de Music Hall, moyennant un lien direct vers le site Internet de Sherpa.be, via le site Internet de Sherpa.be, via les points de vente Sherpa.be, par contact téléphonique avec le call center de Sherpa.be et enfin, directement dans les salles de Music Hall S.A. Bien que le numéro auquel les billets peuvent être commandés soit un numéro à taux majoré et que ce numéro appartienne à Music Hall, cette dernière confirme finalement que le numéro 0900 69 900 est traité par Sherpa.be et qu'il est utilisé exclusivement pour l'achat de billets. A la demande de Music Hall, la durée d'une communication vers le numéro à taux majoré par Sherpa est limitée.

Music Hall allègue qu'elle utilise un numéro à taux majoré à la demande de Sherpa. Elle se défend en précisant que téléphoner vers un préfixe n'est pas non plus tout à fait gratuit. Le choix de l'utilisation d'un numéro à taux majoré n'est dès lors certainement pas dans un but lucratif selon Music Hall. Il ressort de chiffres soumis à la Commission d'éthique que l'exploitation de son numéro 070 est même déficitaire.

Music Hall allègue ensuite que les numéros géographiques affichés sur le site Internet sont destinés à répondre à d'autres questions pratiques telles que: comment rejoindre la salle, où puis-je me garer, y a-t-il une pause,... etc. Ce sont les réceptionnistes de Music Hall qui

répondent à ces questions. En raison du risque de doubles réservations, ils ne peuvent accepter de commandes de billets via ces numéros géographiques.

## 5. Appréciation par la Commission d'éthique

### 5.1. En ce qui concerne les infractions

Les infractions reprochées à Music Hall dans la constatation sont axées autour de trois questions:

1. Les numéros à taux majoré sont-ils utilisés pour offrir un service sans objet?
2. Le tarif utilisateur final sur le(s) support(s) publicitaire(s) de Music Hall pour le(s) show(s) qu'elle organise est-il correctement renseigné en ce qui concerne:
  - a) l'utilisation d'abréviations
  - b) la lisibilité et/ou la visibilité
3. Music Hall renseigne-t-elle à tous les endroits pertinents le tarif utilisateur final (maximal) applicable lorsqu'elle fait mention des numéros à taux majoré qu'elle utilise?

#### 5.1.1. *Infraction à l'article 45 du Code d'éthique (aspect: interdiction de fournir des services sans objet)*

Vu (i) le tarif utilisateur final (de 50 eurocents par minute) facturé pour ce numéro à taux majoré<sup>3</sup>, (ii) la limitation de la durée des appels vers ce type de numéros à maximum 10 minutes<sup>4</sup> et (iii) les informations sur les prix des billets figurant sur le site Internet [www.musichall.be](http://www.musichall.be) (qui sont tous supérieurs à 5€ (soit 10 minutes d'appel à 0,50 € par minute), il convient dans tous les cas d'exclure le paiement de billets via le numéro à taux majoré 0900 69 00.

Ce qui joue un rôle primordial dans l'évaluation de l'existence ou non d'une infraction à l'article 45 du Code d'éthique est la question de savoir si un autre service est fourni en contrepartie du numéro à taux majoré 0900 69 900 ou si ce numéro est uniquement utilisé pour permettre à l'appelant de répondre à une offre commerciale de Music Hall (à savoir l'offre de billets d'entrée pour des événements qu'elle organise).

En l'espèce, la Commission d'éthique ne voit pas de fondement factuel pour étayer l'application de l'article 45 du Code d'éthique.

#### 5.1.2. *Infractions aux articles 20, alinéas 2 et 3 du Code d'éthique (utilisation d'abréviations)*

La Commission d'éthique déclare que les faits énoncés dans la constatation et que l'infraction reprochée à l'article 20, alinéas 2 et 3 du Code d'éthique sont établis. Dans sa défense, Music Hall reconnaît l'infraction par essence.

---

<sup>3</sup> Ce tarif utilisateur final est d'ailleurs le tarif maximal qui peut être facturé pour cette série de numéros: voir annexe au Code d'éthique, point 3, b, deuxième tiret.

<sup>4</sup> Voir article 50, §6, alinéa 1er, de l'arrêté royal du 27 avril 2007 relatif à la gestion de l'espace de numérotation national et à l'attribution et au retrait des droits d'utilisation de numéros, modifié par l'article 5 de l'arrêté royal du 24 mars 2009: « Les appels vers les numéros des séries de numéros dont la tarification est limitée dans le temps sont interrompus automatiquement après 10 minutes. »

Cette défense n'enlève rien au fait qu'une infraction a été commise par le passé au Code d'éthique de la manière décrite aux sections 4.2 et 4.3 de la constatation du 24 novembre 2011.

Or, dans sa décision n° 2011-03 du 21 décembre 2011 concernant Europabank SA<sup>5</sup>, la Commission d'éthique a décidé que:

« [L]’intention annoncée par Europabank de passer pour le 1<sup>er</sup> décembre 2011 à un numéro 0800 n’a pas d’impact sur l’existence de l’infraction, qui pour la période débutant à partir de l’entrée en vigueur du Code d’éthique (le 1<sup>er</sup> juillet 2011), peut être sanctionnée par la Commission d’éthique. » (décision invoquée, section 5.1, p. 5).

Par analogie avec ce qui précède, la Commission d'éthique retiendra dès lors définitivement les infractions à charge.

#### 5.1.3. Infraction à l'article 22, alinéa 1<sup>er</sup>, du Code d'éthique (utilisation de caractères lisibles et bien visibles)

La Commission d'éthique déclare que les faits énoncés dans la constatation et que l'infraction reprochée à l'article 22, alinéa 1er du Code d'éthique sont établis. Dans sa défense, Music Hall reconnaît l'infraction par essence.

Les prestataires de services qui affichent des tarifs sur une publicité doivent le faire avec soin et notamment de telle sorte que la mention du tarif ne nécessite pas de la part du lecteur ou badaud qui regarde la publicité, l'affiche, le spot publicitaire, etc., un examen minutieux pour comprendre la signification de la mention écrite

Vu l'emplacement où la mention « 50 CPM » apparaît sur la publicité, à savoir enchâssé entre la mention du numéro à taux majoré « 0900 69 900 » et la mention « MUSICHALL.BE » (voir chef d'accusation au point 4.4 de la constatation du 24 novembre 2001 et pièce 1), un examen minutieux était nécessaire.

Ici aussi, le fait que Music Hall ait l'intention de respecter le Code d'éthique à l'avenir ne change rien à l'existence de l'infraction (par le passé) et à la possibilité pour la Commission d'éthique de sanctionner une telle infraction, notamment dans le but d'inciter le contrevenant (et d'autres contrevenants potentiels) à respecter à l'avenir le Code d'éthique et/ou à ne pas récidiver.

Vu ce qui précède, la Commission d'éthique retiendra dès lors définitivement l'infraction à charge.

#### 5.1.4. Infraction à l'article 20, alinéa 1<sup>er</sup>, du Code d'éthique (indication du tarif sur toute publicité)

La Commission d'éthique déclare que les faits énoncés dans la constatation et que l'infraction reprochée à l'article 20, alinéa 1er du Code d'éthique sont établis. Dans sa défense, Music Hall reconnaît l'infraction par essence.

Music Hall reconnaît avoir commis l'infraction par le passé et par analogie avec la décision Europabank, la correction de l'infraction ne change rien à l'existence de l'infraction (par le passé) et à la possibilité pour la Commission d'éthique de sanctionner une telle infraction, (une fois encore) notamment dans le but d'inciter le contrevenant (et d'autres contrevenants potentiels) à respecter à l'avenir le Code d'éthique et/ou à ne pas récidiver.

---

<sup>5</sup> Voir [www.telethicom.be](http://www.telethicom.be), rubrique « Publications officielles » – « Décisions ».

L'infraction peut par conséquent être sanctionnée par la Commission d'éthique à partir de l'entrée en vigueur du Code d'éthique (le 1<sup>er</sup> juillet 2011) ou au moins à partir de la prise de la capture d'écran le 18 novembre 2011 (voir pièces 2 et 3) jusque fin décembre 2011 - début janvier 2012 (période qui précède directement la défense écrite dans laquelle les « corrections » ont été transmises).

## **5.2. Concernant la gravité des infractions et le caractère délibéré ou non de celles-ci**

L'article 134, §3, alinéa 3, de la loi du 13 juin 2005 relative aux communications électroniques stipule que pour prononcer les sanctions, la Commission d'éthique tient compte de la gravité de l'infraction ainsi que du caractère délibéré ou non de celle-ci.

Concernant ces deux critères, la Commission d'éthique examine les éléments suivants:

### **5.2.1. Caractère délibéré**

#### ***a) Infractions à l'article 20, alinéas 2 et 3, Code d'éthique***

La Commission d'éthique est d'avis que les infractions aux alinéas 2 et 3 de l'article 20 du Code d'éthique (interdiction d'utiliser des abréviations) n'ont été commises ni intentionnellement ni délibérément.

Selon la Commission d'éthique, il n'est donc pas question de mauvaise foi.

#### ***b) Infraction à l'article 22, alinéa 1er, Code d'éthique***

En ce qui concerne l'infraction à l'article 22, alinéa 1<sup>er</sup>, du Code d'éthique (utilisation de caractères lisibles et bien visibles), il est un fait que cet article ne prescrit pas exactement la taille d'une mention tarifaire (et ce afin que l'article soit applicable à différents supports publicitaires de tailles différentes - voir également le Rapport au Roi concernant cet article).<sup>6</sup>

Les prestataires de services qui affichent des tarifs sur une publicité doivent toutefois le faire avec soin (et notamment de telle sorte que la mention du tarif ne nécessite pas de la part du lecteur ou badaud qui regarde la publicité, l'affiche, le spot publicitaire, etc., un examen minutieux pour comprendre la signification de la mention écrite; voir plus haut).

En l'espèce, ce devoir de rigueur n'a pas été respecté selon la Commission d'éthique (voir également plus haut; un examen minutieux était nécessaire).

#### ***c) Infraction à l'article 20, alinéa 1er, Code d'éthique***

En ce qui concerne la non-indication du tarif utilisateur final aux différents endroits sur le site Internet également, la Commission d'éthique estime que Music Hall n'a pas agi avec le soin nécessaire.

### **5.2.2. Gravité de l'infraction**

En général, la gravité d'une infraction peut être jugée compte tenu de la nature de celle-ci et de la manière dont elle a un impact sur les intérêts des utilisateurs finals.

---

<sup>6</sup> « L'idée à la base de l'article 22 est que si le tarif utilisateur final est indiqué par écrit, les caractères sont tels qu'aucune recherche minutieuse n'est nécessaire pour comprendre la signification de la mention écrite. L'exigence de la clarté de la mention implique l'utilisation d'une taille de caractères suffisante, une distinction suffisante du texte par rapport à l'arrière-plan, etc. » (Moniteur belge, 21 juin 2011, p. 36.516)

*a) Infractions à l'article 20, alinéas 2 et 3, Code d'éthique*

A la section 5 de la décision Carmax.be bvba, rendue le 21 décembre 2011 concernant le dossier D-2011-02<sup>7</sup>, la Commission d'éthique stipulait notamment ce qui suit:

« Suite à la non-mention ou à la mention imparfaite du tarif pour l'utilisation du numéro à taux majoré en question, l'utilisateur est privé d'une information essentielle. Toute information sur les coûts susceptibles d'être imputés à l'utilisateur est d'une importance primordiale. »

Ici aussi, suite à l'abréviation (illégal) de la mention « 50 eurocents par minute » au lieu de « 50 CPM », l'utilisateur a été privé d'informations essentielles.

La Commission d'éthique estime dès lors que cette infraction doit être considérée comme grave.

*b) Infraction à l'article 22, Code d'éthique*

La mention invisible ou tout au moins illisible du tarif utilisateur final équivaut à une mention imparfaite.

Un même raisonnement qu'au point b) ci-dessus peut être suivi.

*c) Infraction à l'article 20, alinéa 1er, Code d'éthique*

Par analogie avec le raisonnement à la section 5.2.2 de la décision Europabank NV, rendue le 21 décembre 2011 concernant le dossier D-2011-03, il peut également être précisé ici que:

- l'article 20, alinéa 1er, du Code d'éthique est clair et ne permet aucune autre interprétation.
- La non-mention de tarifs pour les appels vers des numéros 0900 et 070 porte préjudice aux intérêts des utilisateurs finals, car en appelant ces numéros, les utilisateurs finals ne reçoivent pas de message d'avertissement tarifaire vocal et l'utilisateur moyen ne peut généralement pas déduire le tarif applicable du préfixe et de l'identité de service.

Cette décision stipule ensuite ce qui suit:

« L'absence d'une mention tarifaire a donc pour conséquence que l'utilisateur final ne bénéficie pas de la transparence et de l'information qui lui est garantie par la loi, entraînant ainsi des factures inopinément élevées. »

En ce qui concerne le numéro 070, le risque de recevoir des factures inopinément élevées est en outre plus grand, vu que conformément à l'article 50, §6, de l'arrêté royal du 27 avril 2007 relatif à la gestion de l'espace de numérotation national et à l'attribution et au retrait des droits d'utilisation de numéros (tel que modifié)<sup>8</sup>, les appels vers des numéros 070 ne doivent pas être automatiquement interrompus après 10 minutes.

---

<sup>7</sup> Voir [www.telethicom.be](http://www.telethicom.be), rubrique « Publications officielles » – « Décisions ».

<sup>8</sup> § 6. Les appels vers les numéros des séries de numéros dont la tarification est limitée dans le temps sont interrompus automatiquement après 10 minutes.

Ce paragraphe n'est pas d'application à l'identité de service 70. »

L'intention annoncée par Music Hall de ne plus utiliser et visualiser le numéro 070 ne change rien à l'existence de l'infraction, qui pour la période débutant à partir de l'entrée en vigueur du Code d'éthique le 1<sup>er</sup> juillet 2011, peut être sanctionnée par la Commission d'éthique.

La Commission d'éthique estime dès lors que cette infraction doit être considérée comme grave.

### 5.2.3. Conclusion

Vu ce qui précède, la Commission d'éthique considère l'infraction comme une **infraction non-intentionnelle mais grave**.

## **5.3. Concernant la sanction**

### 5.3.1. Généralités

Conformément à l'article 134, §3, alinéa 1er, de la loi du 13 juin 2005, la Commission d'éthique peut sanctionner les infractions au Code d'éthique d'une amende administrative d'un montant de 125 à 125 000 EUR et/ou d'une suspension des activités de 1 à 90 jours.

En cas d'infraction grave ou répétée, la Commission d'éthique pour les télécommunications (ou l'une de ses chambres) peut imposer une ou plusieurs des mesures suivantes:

- 1° une amende administrative à hauteur de 250 à 250 000 EUR;
- 2° une suspension des activités jusqu'à un an;
- 3° la suppression du service concerné;
- 4° l'interdiction d'offrir de nouveaux services.

(article 134, §3, alinéa 2, loi du 13 juin 2005)

### 5.3.2. Qualification de l'infraction comme grave ou répétée

a. Selon la Commission d'éthique, l'infraction ne doit **pas** être considérée comme **répétée**, vu que l'infraction n'avait pas encore été constatée précédemment.

b. A la demande du secrétariat de la Commission d'éthique dans son courrier recommandé du 27/01/2012, Music Hall a transmis les informations demandées concernant la publicité dans un courrier recommandé du 10/02/2012. Il en ressort que la campagne publicitaire menée pour le spectacle 'Fiddler on the Roof' a pris des proportions énormes. Ainsi, des campagnes publicitaires ont été menées via des bâches, des prospectus, sur des véhicules de la société de transports publics De Lijn, à la télévision, etc. La campagne publicitaire a débuté en novembre 2011, à l'exception d'une bâche qui avait déjà été placée en mai 2011.

Le degré de l'infraction commise est donc élevé.

Le préjudice pour le consommateur, l'utilisateur final du numéro payant, est toutefois beaucoup moins important. La Commission d'éthique ne peut pas inférer des chiffres soumis par Music Hall que ces communications ont duré longtemps ou que les réceptionnistes ont tenté de faire durer les communications le plus longtemps possible.

A la lumière de ces faits, la Commission d'éthique a dès lors décidé de **ne pas** considérer l'infraction comme **grave**.

c. La Commission d'éthique tient également compte dans son jugement de la bonne coopération de Music Hall, qui a toujours transmis les informations demandées par le secrétariat. Music Hall a ensuite déclaré qu'elle n'utiliserait ni ne visualiserait plus le numéro 070.



## 6. Décision

La Commission d'éthique pour les télécommunications,

1. constate que Music Hall n'a pas enfreint l'article 45 de l'arrêté royal du 9 février 2011 établissant le Code d'éthique pour les télécommunications;
2. constate par contre que Music Hall a enfreint les articles 20, alinéas 1<sup>er</sup>, 2 et 3 et 22, alinéa 1er, de l'arrêté royal du 9 février 2011 établissant le Code d'éthique pour les télécommunications;
3. impose pour cette raison et conformément à l'article 134, §3, de la loi du 13 juin 2005 relative aux communications électroniques une amende à Music Hall d'un montant de mille euros;
4. ordonne que le montant de l'amende soit payé dans les 30 jours suivant la réception de la présente décision sur le numéro de compte IBAN: BE12 6790 0007 7192 - BIC: PCHQBEBB au nom de l'IBPT, Boulevard Roi Albert II 35, B – 1030 BRUXELLES, avec en communication « Amende à la Commission d'éthique », suivi du numéro de décision figurant sur la page de titre de la présente décision.

## 7. Voies de recours

Conformément à la loi du 6 juillet 2005 relative à certaines dispositions judiciaires en matière de communications électroniques, vous avez la possibilité d'introduire un recours contre cette décision devant la Cour d'appel de Bruxelles, Place Poelaert 1, B-1000 Bruxelles. Les recours sont formés, à peine de nullité prononcée d'office, par requête signée et déposée au greffe de la Cour d'appel de Bruxelles dans un délai de soixante jours à partir de la notification de la décision ou à défaut de notification, après la publication de la décision ou à défaut de publication, après la prise de connaissance de la décision.

Le recours peut être formé: 1° par acte d'huissier de justice signifié à partie; 2° par requête déposée au greffe de la juridiction d'appel en autant d'exemplaires qu'il y a de parties en cause; 3° par lettre recommandée à la poste envoyée au greffe; 4° par conclusions à l'égard de toute partie présente ou représentée à la cause. Hormis les cas où il est formé par conclusions, l'acte de recours contient, à peine de nullité, les mentions de l'article 1057 du code judiciaire.

Pour la Commission d'éthique pour les télécommunications

Willem Debeuckelaere  
Président