

# **BGer 2C 901/2019 vom 25. August 2020**

Bundesgericht, 2020-08-25, FR

Quelle: [https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/bger\\_2C\\_901\\_2019](https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/bger_2C_901_2019)

FR: TF 2C 901/2019 du 25 août 2020

IT: TF 2C 901/2019 del 25 agosto 2020

## **Regeste**

Parrainage d'émissions radiophoniques | Média

## **Erwägungen**

### **E. 1**

Le recours en matière de droit public, déposé en temps utile ( art. 100 LTF ) et en la forme prévue ( art. 42 LTF ) à l'encontre d'un arrêt final rendu par une autorité cantonale de dernière instance ( art. 86 al. 1 let . d LTF ) par l'intéressée qui a la qualité pour recourir ( art. 89 al. 1 LTF ), est recevable ( art. 82 let. a et 90 LTF ).

### **E. 2**

L'objet du litige a trait à l'interdiction prononcée à l'encontre de la recourante de "parrainer" une chronique médicale du lundi au vendredi sur LFM, en application du droit cantonal.

### **E. 3.1**

Dans sa réplique, la recourante fait valoir la "primauté exclusive des normes" de la loi fédérale du 24 mars 2006 sur la radio et la télévision (ci-après: la loi fédérale sur la radio et la télévision ou LRTV; RS 784.40). Elle estime que l' art. 10 al. 1-4 LRTV prévoit un système exhaustif des interdictions de la publicité et que, partant, les cantons perdraient la compétence de "contredire le régime" prévu par ladite loi.

### **E. 3.2**

De la sorte, la recourante invoque une violation de la primauté du droit fédéral ( art. 49 al. 1 Cst. ). La question se pose de savoir si cette argumentation doit être traitée comme un grief relatif à un droit fondamental ou relatif à l'application du droit fédéral. Dans le premier cas, le grief, soumis à l'exigence de motivation accrue en la matière selon l' art. 106 al. 2 LTF , serait tardif car il a été soulevé pour la première fois seulement dans la réplique (cf. ATF 143 II 283 consid. 1.2.3 p. 286; 135 I 19 consid. 2.2 p. 21); dans le second, le Tribunal fédéral, qui revoit d'office l'application du droit fédéral, entrerait en matière. Ce point peut néanmoins rester ouvert. En effet, le Tribunal fédéral constate que de toute manière la loi vaudoise du 29 mai 1985 sur la santé publique (ci-après s: loi vaudoise sur la santé publique ou LSP; RS/VD 800.01) d'une part et la loi fédérale sur la radio et la télévision d'autre part n'ont pas mêmes buts (cf. ATF 143 I 109 consid. 4.2.2 p. 113; 140 I 218 consid. 5.1 p. 221; 138 I 435 consid. 3.1 p. 137 et les arrêts cités). En effet, la première tend à contribuer à la sauvegarde de la santé de la population et à encourager la responsabilité collective et individuelle dans le domaine de la santé ( art. 2 LSP ) et, dans ce cadre, le législateur vaudois a édicté l' art. 82 al. 1 LSP qui prévoit que les professionnels de la santé doivent s'abstenir de toute publicité qui n'est pas objective, ne répond pas à l'intérêt général et qui ne doit ni importuner ni induire en erreur, alors que la loi fédérale sur la radio et la télévision

régit la diffusion, le conditionnement technique, la transmission et la réception des programmes de radio et de télévision ( art. 1 LRTV ). De plus, la santé publique est en principe du ressort des cantons (cf. art. 3 Cst. ), même si la Confédération se voit reconnaître la compétence pour en réglementer certains aspects spécifiques (cf. art. 118 al. 1 Cst. : "Dans les limites de ses compétences"), qui sont exhaustivement mentionnés à l' art. 118 al. 2 Cst. (cf., pour plus de détails, ATF 138 I 435 consid. 3.4.1 p. 448).

#### **E. 4**

La recourante se plaint de l'interprétation arbitraire de l'art. 24 al. 2 du règlement vaudois du 26 janvier 2011 sur les établissements sanitaires et les établissements apparentés de droit privé dans le canton de Vaud (RES; RS/VD 810.03.1).

##### **E. 4.1**

Le Tribunal fédéral ne revoit l'interprétation et l'application du droit cantonal que sous l'angle de l'arbitraire ( art. 9 Cst. ). Il n'a pas à déterminer quelle est l'interprétation correcte que l'autorité cantonale aurait dû donner des dispositions applicables : il ne s'écarte de la solution retenue que si celle-ci se révèle insoutenable, en contradiction manifeste avec la situation effective, ou si elle a été adoptée sans motifs objectifs et en violation d'un droit certain. Il ne suffit pas que la motivation de la décision critiquée soit insoutenable; encore faut-il que celle-ci se révèle arbitraire dans son résultat. En outre, il n'y a pas arbitraire du seul fait qu'une autre solution que celle adoptée par l'autorité intimée serait concevable, voire préférable ( ATF 144 I 170 consid. 7.3 p. 174 s.; 142 II 369 consid. 4.3 p. 380; 141 III 564 consid. 4.1 p. 566). La loi s'interprète en premier lieu selon sa lettre (interprétation littérale). Si le texte n'est pas absolument clair, si plusieurs interprétations de celui-ci sont possibles le juge doit rechercher la véritable portée de la norme au regard notamment de la volonté du législateur telle qu'elle ressort, entre autres, des travaux préparatoires (interprétation historique), du but de la règle, de son esprit, ainsi que des valeurs sur lesquelles elle repose, singulièrement de l'intérêt protégé (interprétation téléologique) ou encore de sa relation avec d'autres dispositions légales (interprétation systématique [ ATF 141 II 280 consid. 6.1 p. 287; 140 II 202 consid. 5.1 p. 204]).

##### **E. 4.2**

Comme susmentionné, l' art. 82 LSP prévoit que les professionnels de la santé doivent s'abstenir de toute publicité qui n'est pas objective et ne répond pas à l'intérêt général; cette publicité ne doit en outre ni importuner ni induire en erreur (al. 1); le département, sur proposition des associations professionnelles concernées, définit les notions mentionnées au premier alinéa et fixe les limites dans lesquelles la publicité est nécessaire au fonctionnement de leurs membres (al. 2). Selon l' art. 150 LSP , le Conseil d'Etat réglemente la publicité directe ou indirecte des établissements sanitaires dans le sens prévu à l' art. 82 al. 1 et 2 LSP . Ainsi, le Conseil d'Etat a adopté l'art. 24 du règlement du 26 janvier 2011 sur les établissements sanitaires et les établissements apparentés de droit privé dans le Canton de Vaud (RES; RS/VD 810.03.1) qui dispose : " 1 Les établissements sanitaires et apparentés, autorisés à exploiter, peuvent rendre publiques, par voie de presse, médias électroniques ou autres supports similaires, les informations objectives et véridiques se rapportant à leur activité, notamment: - les prestations délivrées, sous réserve de l'article 82, alinéa 4 LSP; - les qualifications des professionnels autorisés à pratiquer et exerçant au sein de l'établissement; - les labels de qualité obtenus; - les horaires. 2 La diffusion à large échelle et de façon systématique ou l'envoi indistinct de feuillets publicitaires sur format

papier ou électronique est interdite. Il en va de même des pseudo-reportages (publireportages)."

### **E. 4.3**

Le Tribunal cantonal a estimé que les dispositions susmentionnées ne permettaient la publicité pour des établissements sanitaires que de façon restrictive; l' art. 82 al. 1 LSP laissait une certaine marge de manoeuvre pour concrétiser les notions qui y figuraient, notamment celle de publicité qui importune; l'art. 24 RES ne couvrait pas tous les procédés publicitaires envisageables le fait de faire de la publicité à la radio ou à la télévision - que ce soit au moyen de spots publicitaires ou du parrainage d'émissions radiophoniques - devait être examiné avec réserve; le message radiophonique en cause constituait une diffusion à large échelle, étant donné qu'il s'adressait à un nombre indéterminé d'auditeurs, et systématique, dès lors qu'il était diffusé tous les jours du lundi au vendredi; les juges précédents ont qualifié le procédé utilisé de parrainage d'une émission radiophonique et décidé qu'il devait être assimilé à de la publicité importune au sens de l' art. 82 al. 1 LSP et, partant, qu'il était interdit. Pour qualifier cette interprétation d'arbitraire, la recourante se fonde sur une interprétation littérale (seule la diffusion de feuillets publicitaires serait interdite) et systématique (l'art. 24 al. 2 RES ne concrétiserait que la seconde phrase de l' art. 82 al. 1 LSP et non l' art. 82 al. 1 LSP dans son entier, ce qui ne permettrait pas d'étendre l'interdiction des formes de diffusion de publicité objective à large échelle aux autres modes de diffusion que celui des feuillets) de cette disposition pour arriver à la conclusion que l'art. 24 al. 2 RES ne peut être interprété en ce sens qu'il interdit le parrainage d'une chronique radiophonique.

#### **E. 4.4.1**

Contrairement à ce que prétend la recourante, la lettre de l'art. 24 al. 2 RES n'est pas claire ni univoque. La rédaction de cette disposition est maladroite en tant que les termes "la diffusion à large échelle et de façon systématique" n'est pas suivie d'un complément d'objet. On peut néanmoins estimer sans arbitraire qu'ils se rapportent aux moyens de diffusion de la publicité énoncés à l'al. 1 de cette disposition, à savoir la presse, les médias électroniques et autres supports similaires. L'interprétation littérale proposée par la recourante n'est pas convaincante; d'ailleurs, lorsqu'elle résume son point de vue sur la signification de cette disposition, l'intéressée remplace la conjonction de coordination "ou" qui est celle de l'art. 24 al. 2 RES ("La diffusion à large échelle et de façon systématique ou l'envoi indistinct de feuillets publicitaires sur format papier ou électronique est interdite.") par la conjonction de coordination "et". A l'inverse, l'interprétation consistant à considérer que "la diffusion à large échelle et de façon systématique" se rapporte à d'autres modes de publicité que celui de l'envoi de feuillets publicitaires est non seulement dénuée d'arbitraire mais est celle qui découle, a priori, du texte tel que rédigé. L'usage de la conjonction de coordination "ou" permet de juger, comme l'a fait le Tribunal cantonal, que "la diffusion à large échelle et de façon systématique" se rapporte à un autre mode de communication que l'envoi de prospectus. A ce propos, on relèvera que le terme "diffusion" n'est généralement pas utilisé par rapport à un prospectus, mais bien plutôt en relation avec un message oral comme cela est le cas à la radio ou la télévision; c'est bien celui d'envoi qui est approprié dans le cas d'un prospectus sous la forme d'un papier ou électronique.

#### **E. 4.4.2**

En ce qui concerne la systématique légale, il n'est pas insoutenable de considérer l'art. 82 al. 1 LPS comme un tout et d'interpréter l'art. 24 al. 2 RES à la lumière non seulement de la seconde phrase de cette disposition, comme le voudrait la recourante, mais également de la première. L'interprétation prônée par celle-ci reviendrait à interdire la diffusion à large échelle et de façon systématique ou l'envoi indistinct de feuillets publicitaires que pour la publicité qui importune ou induit en erreur; a contrario, une telle publicité à une échelle moindre serait admissible. Or, il est plus que douteux que le législateur ait eu l'intention d'autoriser la publicité importune et qui induit en erreur même dans de petites proportions. De plus, n'interdire que l'envoi indistinct de feuillets publicitaires ne répondrait pas à la volonté du législateur exprimée à l'art. 82 al. 1 LSP qui veut que les professionnels de la santé s'abstiennent de toute publicité qui n'est pas objective, ne répond pas à l'intérêt général et qui ne doit pas importuner ni induire en erreur. Juger, en revanche, que seule la publicité objective est licite et qu'au surplus celle-ci ne peut pas être effectuée à large échelle est dénué d'arbitraire. De la sorte, le Tribunal cantonal a estimé que pour ne pas être importune, la publicité, même objective, ne pouvait pas être opérée dans des proportions importantes. A cet égard, il est relevé que d'une manière générale, l'information donnée doit être discrète et claire. Même si elle répond à l'intérêt qu'il y a à informer le public, elle doit demeurer mesurée (pour les avocats, cf. ATF 125 I 417 consid. 5b p. 426; confirmé in arrêt 2C\_259/2014 du 10 novembre 2014 consid. 2.2, in RDAF 2016 I 469). Comme c'est le cas pour la publicité des avocats, la notion d'objectivité porte en effet en elle cette injonction de retenue dont le non-respect est de nature à porter atteinte à la dignité de la profession. Cette obligation de retenue s'applique tant au contenu qu'aux formes et méthodes de la publicité (ATF 139 II 173 c. 6.2.2 p. 181; arrêt 2C\_259/2014 susmentionné consid. 2.3.1) qui doivent demeurer adéquates. Savoir si l'exigence est respectée ne saurait se déterminer uniquement au regard de tel ou tel élément matériel du message utilisé ou du support auquel il est recouru. C'est au contraire l'impression d'ensemble qui est déterminante (arrêt 2C\_259/2014 susmentionné consid. 3.2). En outre, il ne fait aucun doute qu'il est supportable de juger que de la publicité diffusée quotidiennement du lundi au vendredi répond au qualificatif "systématique". Quant à la notion de "diffusion à large échelle", elle est extrêmement vaste et donne autant de latitude aux autorités cantonales concernées pour décider de la portée à octroyer à celle-ci. Dès lors, décider qu'une diffusion, telle que celle en cause, cinq jours par semaine sur une radio locale, qui est écoutée non seulement chez des personnes privées, mais également dans des établissements publics de toutes sortes, constitue une diffusion à large échelle est dénuée d'arbitraire, sans qu'il soit nécessaire de déterminer de façon plus précise le nombre d'auditeurs touchés. Ceci a pour conséquence que les faits mentionnés dans l'arrêt attaqué suffisaient à juger la cause et que ceux dont la recourante demande qu'ils soient déterminés (le nombre total de passages sur les ondes du parrainage litigieux, l'horaire de diffusion, l'audience de cette émission, etc.) ne sont pas susceptibles d'influer sur le sort de celle-ci (art. 97 al. 1 LTF ; ATF 142 II 355 consid. 6 p. 358).

#### **E. 4.4.3**

Le Tribunal fédéral relève également que l'art. 82 al. 1 LSP interdit la publicité qui importune. Cela signifie que personne ne doit être obligé de prendre connaissance de la publicité s'il ne le souhaite pas (SPRUMONT/GUINCHARD/SCHORNO, in: Ayer/Kieser/Polodna/Sprumont, Commentaire de la loi sur les professions médicales [LPMéd], 2009, ch. 60 ad art. 40 LPMéd). Or, un message radiophonique s'impose à l'auditeur : celui qui l'entend ailleurs que chez lui n'a d'autre choix que de le subir et celui qui est à la maison est obligé d'éteindre la radio (contra : BORIS ETTER,

Medizinalberufegesetz, 2006, n° ad art. 40 LPMéd ). Il en va différemment d'un feuillet publicitaire, par exemple, que l'on choisit de lire ou pas.

#### **E. 4.4.4**

Il sied encore de mentionner ici que l' art. 82 al. 1 LSP a une teneur identique à l' art. 40 let . d de la loi fédérale du 23 juin 2006 sur les professions médicales universitaires (loi sur les professions médicales LPMéd; RS 811.11). Or, les travaux parlementaires y relatifs, qui doivent être pris en compte dans l'interprétation d'une norme, témoignent de l'intention du législateur qui va dans le sens d'une interprétation stricte de l' art. 40 let . d LPMéd (SPRUMONT/GUINCHARD/ SCHORNO, op. cit., ch. 62 ad art. 40 LPMéd ). Même si, dans la présente affaire, il s'agit de droit cantonal, cet élément va dans le sens de l'interprétation restrictive à laquelle ont procédé les juges précédents. Il est encore relevé que la loi fédérale du 30 septembre 2016 sur les professions de la santé (LPSan; RS 811.21), ainsi que la loi fédérale du 18 mars 2011 sur les professions relevant du domaine de la psychologie (loi sur les professions de la psychologie, LPsy; RS 935.81) contiennent des dispositions similaires à l' art. 40 let . d LPMéd (cf. art. 16 let . e LPSan et 27 let. d LPsy). Quant aux art. 32 de la loi fédérale du 15 décembre 2000 sur les médicaments et les dispositifs médicaux (loi sur les produits thérapeutiques, LPTh; RS 812.21) et 21 de l'ordonnance du 17 octobre 2001 sur les dispositifs médicaux (ODim; RS 812.213), ils limitent la publicité dans ces domaines en déclarant illicite certains types de publicité. L'ordonnance fédérale du 17 octobre 2001 sur la publicité pour les médicaments (OPuM; RS 812.212.5) règlemente, pour sa part, la publicité destinée d'une part aux professionnels et d'autre part au public pour les médicaments prêts à l'emploi (médicaments) à usage humain ou vétérinaire. Il en ressort très clairement que le législateur reconnaît certaines spécificités au domaine médical en matière de publicité. Celle-ci n'est admise que de manière restrictive et le droit cantonal dont il est question dans la présente affaire se trouve en parfaite adéquation avec cette approche.

#### **E. 4.4.5**

Ainsi, juger que le message radiophonique en cause constitue une publicité diffusée à large échelle et, en conséquence, tombe sous le coup de l'interdiction de l' art. 82 al. 1 LSP cum art. 24 al. 2 RES ne prête pas le flanc à la critique, sans compter que la recourante ne démontre pas en quoi l'arrêt attaqué serait arbitraire dans son résultat. A cet égard, on peut se demander si est vraiment en cause un simple parrainage, ainsi que la chronique litigieuse est qualifiée dans l'arrêt attaqué. En effet, compte tenu du message annonçant celle-ci (cf. "Faits" let. A.a), de sa forme, à savoir un présentateur qui pose des questions à un/une médecin qui sont toujours des médecins qui travaillent pour une des cliniques contrôlées par la recourante et qui sont présentés comme tels, ainsi que de sa conclusion lors de laquelle le journaliste remercie le/la médecin par son nom et mentionne à nouveau la/les clinique/s pour laquelle/lesquelles cette personne travaille, la publicité litigieuse est plus proche d'un publi-reportage expressément interdit par l'art. 24 al. 2 RES que du parrainage. La question de savoir si ce message ne tombe pas sous le coup de l' art. 40 let . d LPMéd peut également se poser, puisqu'interviennent des médecins dont le nom est cité à plusieurs reprises. Tel n'est toutefois pas l'objet de la présente procédure.

#### **E. 4.5**

Compte tenu des éléments qui précèdent, le grief relatif à l'interprétation arbitraire du droit cantonal est mal fondé.

## **E. 5**

L'intéressée invoque encore un abus du pouvoir d'appréciation des juges précédents. Ce grief n'a pas de portée propre par rapport à celui portant sur l'application arbitraire du droit cantonal examinée ci-dessus. Partant, le moyen tombe à faux.

## **E. 6**

La recourante se plaint d'une violation du principe d'égalité. Elle rappelle que le Tribunal cantonal s'est référé, dans l'arrêt attaqué, à la cause GE.2016.0151 dans laquelle il avait été jugé que le message radiophonique litigieux provenant d'une entreprise de pompes funèbres constituait une publicité systématique et diffusée à large échelle interdite. Or, selon l'intéressée, les deux situations sont différentes (champ d'activité, type d'émission parrainée, public touché, etc.) et elles ne pourraient donc pas être traitées de la même façon, c'est-à-dire subir une interdiction de la publicité radiophonique.

### **E. 6.1**

Une décision viole le principe de l'égalité consacré à l'art. 8 al. 1 Cst. lorsqu'elle établit des distinctions juridiques qui ne se justifient par aucun motif raisonnable au regard de la situation de fait à régler ou qu'elle omet de faire des distinctions qui s'imposent au vu des circonstances, c'est-à-dire lorsque ce qui est semblable n'est pas traité de manière identique et ce qui est dissemblable ne l'est pas de manière différente. Il faut que le traitement différent ou semblable injustifié se rapporte à une situation de fait importante. L'inégalité de traitement apparaît ainsi comme une forme particulière d'arbitraire, consistant à traiter de manière inégale ce qui devrait l'être de manière semblable ou inversement ( ATF 144 I 113 consid. 5.1.1 p. 115; 143 I 361 consid. 5.1 p. 367).

### **E. 6.2**

L'arrêt susmentionné traite non pas de la publicité émanant d'établissements sanitaires mais d'une entreprise de pompes funèbres. La disposition topique en ce qui concerne ce type d'entreprises est l'art. 81 al. 2 let. b du règlement vaudois du 12 septembre 2012 sur les décès, les sépultures et les pompes funèbres (RDSPF; RS/VD 818.41.1) qui interdit les procédés publicitaires par le biais de "la diffusion à large échelle et de façon systématique ou l'envoi indistinct de feuilles publicitaires sur format papier ou électronique". Cet article utilisant la même formule que l'art. 24 al. 2 RES, rien n'empêchait les juges précédents de s'inspirer de ce que représente une diffusion à large échelle au sens du règlement susmentionné pour le transposer dans le cadre de la publicité des établissements sanitaires. Partant, le grief relatif au principe d'égalité est rejeté.

## **E. 7**

Selon la recourante, les conditions posées par l'art. 36 Cst. pour restreindre la liberté économique ( art. 27 Cst. ), dont elle peut se prévaloir, ne sont pas remplies et l'interdiction de la diffusion de sa publicité doit être levée.

### **E. 7.1**

L'interdiction de la publicité qui importune est prévue à l'art. 82 al. 1 LSP et l'art. 150 LSP donne mandat au Conseil d'Etat, afin qu'il réglemente la publicité en ce qui concerne les établissements sanitaires dans le sens prévu à l'art. 82 al. 1 et 2 LSP . L'art. 24 al. 2 RES ne fait donc que concrétiser les notions contenues dans la loi. Au demeurant, l'atteinte à la liberté économique que représente l'interdiction de procéder à un certain type de publicité, sans prohiber toute publicité, est une atteinte légère à la liberté en cause. Ainsi, la base

légale (cf. art. 36 al. 1 Cst. ) nécessaire pour restreindre celle-ci existe.

### **E. 7.2**

La décision d'interdiction susmentionnée a été prise dans l'intérêt public prépondérant ( art. 36 al. 2 Cst. ) que représente la santé publique. Dans ce cadre, comme le mentionne le Tribunal cantonal, l'objectif consiste à éviter les traitements inutiles ou inadéquats. Par conséquent, des informations sur le lifting, l'augmentation mammaire ou une puce électronique dans les implants mammaires ne vont pas dans ce sens. A cet égard, contrairement à ce que prétend la recourante, il est bel et bien fait, dans le cadre de ces chroniques, de la publicité pour des prestations médicales; et ce non seulement pour des prestations de chirurgie esthétique, mais également dans d'autres domaines à l'instar, par exemple, des techniques de dépistage du cancer du sein ou du laser et de la chirurgie pour le glaucome (plus particulièrement de la technique du stent dont la publicité souligne qu'elle est pratiquée dans une clinique contrôlée par la recourante; art. 105 al. 2 LTF ). Quant à l'importance de fournir des renseignements au public, il est douteux que des chroniques de deux à trois minutes soient susceptibles de contenir d'autres informations sur des sujets aussi vastes que, notamment, le cancer du sein ou le glaucome que ceux déjà connus de celui-ci. En outre, la publicité à la radio touche un large public et donc des personnes malades et fragilisées qu'il convient de protéger.

### **E. 7.3**

L'interdiction de la publicité litigieuse est sans conteste apte et nécessaire à atteindre les deux intérêts légitimes précités. L'absence de publicité sur les ondes est à même de faire diminuer les prestations requises, potentiellement dangereuses et inutiles. En ce qui concerne la proportionnalité au sens étroit, il faut qualifier l'atteinte à la liberté économique de légère: la mesure en cause interdit la publicité à la radio et ne touche pas d'autres formes de diffusion publicitaire. Il n'existe pas de mesure alternative plus douce: soit la publicité radiophonique est autorisée soit elle ne l'est pas. Une nouvelle formule de la publicité en cause, comme proposé par la recourante, reviendrait à en poursuivre la diffusion sur les ondes, ce qui doit justement être aboli. Partant, la mesure ordonnée respecte le principe de proportionnalité ( art. 36 al. 3 Cst. ) et constitue une restriction admissible à la liberté économique de la recourante.

### **E. 8**

En tant que la recourante invoque une violation du principe de proportionnalité ( art. 5 al. 2 Cst. ), son grief recoupe celui relatif à l' art. 36 al. 3 Cst. Par conséquent, il tombe à faux.

### **E. 9**

Au regard de ce qui précède, le recours est rejeté. Succombant, la recourante supportera les frais judiciaires ( art. 66 al. 1 et 5 LTF ). Il n'y a pas lieu d'allouer de dépens ( art. 68 al. 3 LTF ).