



**Conseil de déontologie - Réunion du 26 avril 2017**

**Plainte 16-56**

**X c. RTBF (JT - Kipling)**

**Enjeux : confusion publicité-information (art. 13 du Code de déontologie)**

**Plainte non fondée**

**Origine et chronologie :**

Le 2 septembre 2016, le CSA a transmis au CDJ une plainte contre une séquence du JT de la RTBF diffusée le 28 août 2016 à 19h30 qui, selon le plaignant, mélangeait publicité et information. Cette plainte répondait aux conditions de recevabilité formelle du CDJ. Considérant la demande d'avis du CSA et le fait que cette plainte pouvait soulever un enjeu de déontologie journalistique (confusion publicité-information), un dossier a été ouvert. En date du 14 septembre, le CDJ a accepté la demande d'anonymat formulée initialement par le plaignant auprès du CSA et motivée par ce dernier à la demande du CDJ. Le média a été informé de la plainte le 23 septembre et y a répondu le 5 octobre. Invité à y répliquer, le plaignant n'a pas donné suite.

Les aspects non déontologiques de cette plainte sont instruits par le CSA suivant la procédure prévue à l'article 4, § 2, al. 3 du Décret du 30 avril 2009 réglant les conditions de reconnaissance et de subventionnement d'une instance d'autorégulation de la déontologie journalistique.

**Les faits :**

Le 28 août 2016, le JT (« 19h30 ») de la RTBF diffuse une séquence intitulée « Rentrée : du belge dans le cartable ». La première partie de la séquence est consacrée à l'achat de cartables et à la rentrée scolaire de manière générale. Le journaliste interviewe deux clients et le gérant d'une maroquinerie : ils s'expriment de manière générale sur les différents types de cartables et les critères susceptibles de guider leur achat. Les images de cette première partie de séquence s'attardent sur plusieurs marques, dont Kipling. La seconde partie de la séquence est spécifiquement dédiée à cette dernière. Sont évoqués, entre autres, l'histoire de la marque, son chiffre d'affaires, sa popularité à l'étranger. L'interview de la directrice *merchandising* de la marque démarre par une démonstration des fonctionnalités des cartables, particulièrement leur capacité à contenir de gros classeurs. Cette seconde partie multiplie les gros plans sur les cartables et sur le logo de la marque.

**Les arguments des parties (résumé) :**

**Le plaignant :**

*Dans sa plainte initiale*

Le plaignant regrette la confusion entre publicité et information dans la séquence contestée. Selon lui, cette séquence consacrée aux cartables contient de la communication commerciale en faveur de l'enseigne Kipling.

### Le média :

#### *En réponse à la plainte*

Le média mentionne que ce reportage s'inscrit dans le contexte de la rentrée des classes qui rime pour beaucoup avec l'achat d'un nouveau cartable. La séquence porte sur un sujet d'actualité qui permet également de parler rapidement de la marque belge Kipling, présente depuis 30 ans sur le marché. Le média précise que le reportage en question contient uniquement des données informatives. Il met aussi en avant le fait que d'autres marques sont représentées au cours du reportage et que la séquence rend également compte de l'avis d'un gérant de maroquinerie et de deux clients sur le sujet de l'achat de cartables en général. Il ajoute que la séquence se clôture aussi par une information sur le coût des cartables en général.

La RTBF rappelle qu'il arrive que des reportages du JT soient consacrés à des entreprises, produits ou services en mentionnant leurs marques. Elle insiste sur l'absence de démarche publicitaire dans le reportage : les représentations de la marque Kipling réalisées dans la séquence en cause étaient animées par un objectif d'information et non pas de publicité. La RTBF évoque l'absence de rémunération perçue et d'accord avec Kipling ou avec toute autre personne pour la réalisation du reportage. D'ailleurs, la RTBF rappelle qu'elle prête une grande attention à la problématique de la confusion publicité-information et qu'aucune sanction ne lui a jamais été infligée pour diffusion de publicité déguisée dans ses JT.

### **Solution amiable : N.**

### **Avis :**

Chaque plainte constitue un cas particulier, toujours analysé dans son contexte propre. En conséquence, le CDJ se prononce dans cet avis uniquement sur la séquence diffusée dans le JT du 28 août 2016, seule visée par la plainte. Le fait qu'aucune sanction n'ait jamais été infligée à la RTBF pour diffusion de publicité déguisée dans ses JT ne préjuge en rien de l'issue du présent avis.

Après visionnage, le CDJ constate que plusieurs éléments de la séquence du JT en cause pourraient être susceptibles de créer, dans l'esprit du public, une confusion entre publicité et information. Ainsi la seule mention verbale de la marque Kipling, l'insistance visuelle portée sur les différents produits qu'elle propose et sur son logo, le passage durant lequel une responsable de la marque démontre les fonctionnalités des cartables, la chute visuelle de la séquence par l'image de cartables Kipling, pourraient donner le sentiment que la citation de cette marque excède ce qui est raisonnable. Considérant toutefois que ces éléments sont mis en perspective par le commentaire dont l'angle et le traitement, liés à l'actualité (*success story* de l'entreprise), sont strictement informatifs et présentent un réel intérêt journalistique, le CDJ conclut que le risque de confusion entre publicité et information n'est pas établi. Les dispositions du Code et de la Directive sur la distinction entre publicité et journalisme ont été respectées.

Décision : la plainte est non fondée.

### **La composition du CDJ lors de la décision :**

La décision a été prise par vote : plainte fondée : 6 ; plainte non fondée : 7 ; abstentions : 3.  
Il n'y a pas eu de demande de récusation.

#### **Journalistes**

Laurence Van Ruymbeke  
Gabrielle Lefèvre  
Alain Vaessen  
Dominique Demoulin  
Jean-François Dumont  
Bruno Godaert

#### **Editeurs**

Catherine Anciaux  
Philippe Nothomb  
Marc de Haan  
Clément Chaumont  
Dominique d'Olne

## CDJ - Plainte 16-56 - 26 avril 2017

---

### **Rédacteurs en chef**

Thierry Dupièieux  
Barbara Mertens

### **Société civile**

Pierre-Arnaud Perrouty  
Laurence Mundschau  
Jean-Jacques Jespers

**Ont également participé à la discussion** : Jean-Claude Matgen, Martine Vandemeulebroucke, Sandrine Warsztacki et Caroline Carpentier.

Muriel Hanot  
Secrétaire générale

Marc de Haan  
Président