



Conseil de déontologie - Réunion du 9 juin 2021

Plainte 21-03

M. Engelbrecht c. *The Brussels Times*

Enjeux : rectification rapide et explicite (art. 6 du Code de déontologie et Recommandation sur l'obligation de rectification – 2017) ; indépendance / refus des pressions (art. 11) ; confusion publicité et information (art. 13 et Directive sur la distinction entre publicité et journalisme - 2015)

**Plainte fondée : pour l'article du 16 décembre : art. 6 et 11 ;
pour le contenu publicitaire : art. 13**

Plainte non fondée : pour l'article du 16 décembre : art. 13

Origine et chronologie :

Le 11 janvier 2021, M. M. Engelbrecht introduit une plainte auprès du CDJ à l'encontre d'un article en ligne de *The Brussels Times*, média d'information de langue anglaise destiné aux expatriés belges, dont le siège social est établi à Bruxelles. Le 20 janvier, en vertu de l'*Accord de répartition des compétences entre le Raad voor de journalistiek et le Conseil de déontologie journalistique* (2013), le CDJ s'est déclaré compétent pour traiter de la plainte dès lors que le plaignant s'était adressé en priorité à lui avant de transférer sa plainte au RVDJ. Après complément d'information apporté par le plaignant quant à ses coordonnées, la plainte, recevable, a été communiquée au média en date du 25 janvier. Il y a répondu le jour-même. Le plaignant n'a pas répliqué.

Les faits :

Le 16 décembre 2020, *The Brussels Times* publie sur son site Internet un article (en anglais) consacré au non-respect des mesures sanitaires par les étudiants du Collège de l'Europe (« College of Europe is not "party palace" for future political elite »). Les journalistes y rappellent les nombreuses interventions de la police de Bruges dans des résidences du Collège de l'Europe pour non-respect des mesures sanitaires dans le chef des étudiants depuis la rentrée académique – l'école a ainsi été surnommée « le palais de la fête » par le bourgmestre de la ville et plusieurs médias, expression qui est reprise dans le titre de l'article (« Le Collège de l'Europe n'est pas un "palais de la fête" pour la future élite politique »). Ils donnent dans un premier temps la parole au responsable presse et communication du Collège, qui explique que l'école n'est pas fière de la situation mais que dans le même temps, elle a fait tout son possible pour s'assurer que ces fêtes n'aient pas lieu. Selon lui, le surnom utilisé par les médias est exagéré, ajoutant que pour lui, la seule différence entre les étudiants du Collège et ceux d'autres universités est leur lieu de résidence. Il précise ainsi que les fêtes clandestines organisées par les autres

étudiants du pays ne sont pas du ressort de leur université, contrairement au Collège. Le porte-parole suggère également que, parce que les étudiants du Collège sont plus âgés que la moyenne, ils doivent prendre leurs responsabilités et réaliser que leurs actions impactent non seulement l'école et la ville, mais également leur future vie professionnelle. La parole est ensuite donnée au maire de Bruges, qui estime que les étudiants concernés détruisent le nom et le prestige de leur école. Les journalistes évoquent qu'il s'est entretenu, pour la seconde fois depuis la rentrée académique, avec le conseil d'administration du Collège, notant qu'en septembre, un cluster de plus de 50 étudiants avait forcé l'école entière à se mettre en quarantaine. Ils citent une nouvelle fois le responsable presse et communication du Collège, pour qui même si la situation est déplaisante pour tous, fermer l'école serait « ridicule », car seule une minorité des étudiants est concernée par les faits, précisant qu'outre l'organisation de réunions avec les délégués étudiants ainsi qu'avec la rectrice, le Collège a décidé de fermer les espaces communs des résidences. L'article souligne enfin que le ministère public est en train de se renseigner sur l'identité des étudiants récidivistes et que ceux-ci pourraient écoper d'amendes allant jusqu'à 4.000 euros et même d'une peine de prison, avant de laisser le dernier mot au bourgmestre de Bruges et au représentant du Collège, qui espèrent tous deux que les vacances de Noël – lors desquelles une grande majorité des étudiants sera absente des résidences – apaiseront la situation.

Le 17 décembre 2020, le média retire cet article de son site, alors que dans le même temps – soit également le 17 décembre – paraît sur son site un article, identifié en prétexte comme « sponsored article », qui fait la promotion du Collège (« The College of Europe – The best place to study in Europe »). On y explique en détails pourquoi le Collège de l'Europe serait « le meilleur endroit pour étudier et découvrir l'Europe ». L'article présente l'école, en détaillant son histoire, ses deux campus et programmes scolaires respectifs, sa contribution au projet de l'intégration européenne ainsi que son envie de former une nouvelle génération d'étudiants, utilisant des superlatifs tels que « unique », « meilleur », « innovant » ou encore « extraordinaire ». Il propose ensuite sous l'intertitre « pourquoi étudier au Collège de l'Europe ? » plusieurs réponses détaillées, résumées en quatre points : « un enseignement de pointe », « une vie étudiante exceptionnelle », « des carrières prometteuses » et cela « au cœur de l'Europe ». Enfin, la parole est donnée à la rectrice du Collège : « Si ce que vous recherchez, c'est la possibilité de comprendre en profondeur l'Europe telle qu'elle est, mais aussi de contribuer à façonner son présent et son avenir, le Collège de l'Europe est l'endroit idéal ». Un hyperlien renvoie vers le site web du Collège pour déposer sa candidature en ligne, avec la date butoir. L'article n'est pas signé.

Cet article « sponsorisé » est à son tour retiré du site tandis qu'est publié le 18 décembre un nouvel article accessible à partir du même lien source que l'article du 16 décembre. Il est intitulé « College of Europe pushes students' "personal responsibility" amid "party palace" accusations ». L'article ne cite plus directement les propos du représentant du Collège. Il y substitue plusieurs extraits d'un communiqué de presse publié entretemps par l'école, qui déplore l'absence de respect des mesures et rappelle la responsabilité individuelle des étudiants. Des tournures de phrase ainsi que l'ordre de certaines informations ont été modifiés. Parmi les quelques ajouts apportés, l'on peut citer la mention d'un témoignage anonyme d'un étudiant du Collège (publié dans *Het Nieuwsblad*) ainsi qu'une insistance sur les carrières prestigieuses occupées par les alumni du Collège et sur la fatigue de la police de Bruges face à la situation évoquée. Certaines informations rapportées dans le premier article au représentant du Collège sont reprises en style direct et sans mention de la source dans cette nouvelle version : l'école est un lieu de résidence pour les étudiants, ces derniers sont plus âgés, des premières mesures ont été prises par l'école, la période de vacances permettra de temporiser la situation. Sous la signature des journalistes, il est mentionné que « cet article a été mis à jour pour inclure les commentaires d'un communiqué de presse du Collège de l'Europe ».

Arguments des parties (résumé) :

Le plaignant :

Dans sa plainte initiale

Le plaignant revient sur la chronologie des faits. Il note que le premier article a été retiré du site sans explication ni rétractation de la part des éditeurs. Il relève qu'en même temps était publié un article sponsorisé pour le Collège de l'Europe. Il signale qu'après avoir interpellé le média le 18 décembre,

l'article sponsorisé a été retiré et qu'une nouvelle version de l'article relatif au non-respect des mesures sanitaires a été publiée. Le plaignant a alors de nouveau contacté le média à ce sujet, sans succès. Selon le plaignant, le média a rompu avec sa politique éditoriale et les deux premiers articles de son code de conduite : « 1° Notre devoir est envers nos lecteurs et le public, et non envers les intérêts privés des annonceurs, des sponsors ou des propriétaires de médias » ; « 2° Le journal doit à tout moment rester indépendant, objectif et ne pas être influencé par un quelconque intérêt particulier ». Le plaignant pointe également une violation des articles 11 et 12 du Code de déontologie journalistique du CDJ, tous deux relatifs à l'indépendance des journalistes, et plus particulièrement au refus des pressions et des conflits d'intérêts. Il considère qu'avoir agi de la sorte est un acte déloyal vis-à-vis du public.

Le média :

En réponse à la plainte

Le média explique que l'article relatif au non-respect des mesures sanitaires du 16 décembre a été mis à jour après un échange avec le service de presse du Collège d'Europe, qui disait avoir été mal cité dans la première version. Il est mentionné à la fin de l'article du 18 décembre que celui-ci a été mis à jour.

Le média assure que l'article sponsorisé n'a aucun rapport avec l'article mis à jour et explique que toute publicité sur son site web est traitée par un département séparé, indépendant de la partie éditoriale. Le média précise que cette campagne publicitaire sur le Collège de l'Europe, qui devait contenir des bannières et du contenu sponsorisé, était censée être diffusée la même semaine mais a été annulée.

Le média s'excuse de ne pas avoir répondu aux courriels du plaignant et assure que les événements qui se sont déroulés n'ont rien à voir avec ses tentatives de prendre contact. Le média comprend le point de vue du plaignant mais insiste à nouveau sur le fait qu'il s'agit d'une série de coïncidences et d'un timing malheureux.

Le média précise avoir écrit sur le Collège d'Europe à de nombreuses reprises dans le passé et estime que la version mise à jour de l'article est sans doute plus critique que la première. Le média conclut en assurant qu'il prend son indépendance éditoriale très au sérieux et qu'il s'efforce de ne jamais la compromettre.

Solution amiable : N.

Avis

1. Pour ce qui concerne l'article journalistique

Le CDJ note qu'il ne fait pas de doute que l'article en cause, dans sa première et seconde version, ne présente aucune intention publicitaire et relève d'une stricte approche journalistique.

L'art. 13 (confusion publicité-information) du Code de déontologie n'a sur ce point pas été enfreint.

Il rappelle que la décision d'un média de retirer un contenu de ses plateformes de diffusion relève de sa seule liberté éditoriale, pour autant que ce retrait ne contrevienne pas aux principes de déontologie.

Il observe, en l'espèce, que i) le média déclare avoir retiré l'article en cause avant d'en publier une nouvelle version après un échange avec le service de presse du Collège d'Europe, qui disait avoir été mal cité ; ii) le média a publié dans l'intermède un contenu publicitaire promotionnant ce dernier ; iii) la publication de la nouvelle version de l'article est consécutive à une réaction du plaignant qui s'étonnait de son retrait ; iv) le contenu publicitaire a été retiré une fois la nouvelle version de l'article publiée.

Il relève également que le média laisse planer le doute, tant dans sa pratique que dans sa défense, sur les raisons du retrait de l'article originel et sur la nature de la nouvelle version publiée, en ne précisant pas s'il s'agissait d'une mise à jour ou d'une rectification.

Premièrement, le CDJ rappelle que la Recommandation sur l'obligation de rectification (2017) demande, pour éviter toute confusion entre rectificatif et mise à jour de l'information, que les journalistes veillent à utiliser la terminologie adéquate et à mettre en œuvre les pratiques adaptées à la situation visée.

Deuxièmement, à considérer que l'article initial a fait l'objet d'une simple mise à jour, s'agissant pour le média de remplacer les propos tenus à brûle-pourpoint par le représentant du Collège de l'Europe par les extraits d'une position officielle de l'instance diffusée par communiqué de presse, le CDJ s'interroge sur la décision du média de retirer pendant un jour au moins, la version initiale de l'article qui ne présentait aucun fait erroné, sans fournir sur ce point la moindre explication aux lecteurs ou au CDJ. Le Conseil estime que la mention présente sous la deuxième version de l'article qui indique que l'article a été remanié en intégrant le communiqué de presse de l'établissement d'enseignement n'y change rien dès lors que la décision rédactionnelle relative au retrait n'est pas justifiée.

Troisièmement, à considérer que l'article initialement publié comportait une erreur, ce que pourrait laisser entendre le média lorsqu'il indique que le service de presse du Collège d'Europe a dit avoir été mal cité, le CDJ observe que si la décision de le retirer momentanément du site avant d'en republier une version amendée, pourrait être considérée comme un moindre mal par rapport au fait de laisser en ligne une information erronée, pour autant, procéder de la sorte n'est pas conforme à l'art. 6 du Code de déontologie journalistique qui prévoit que les rédactions rectifient rapidement et explicitement les faits erronés : d'une part, « la suppression simple de l'article, du message d'information ou du passage contenant des faits erronés, ou encore leur remplacement par les faits rectifiés, sans attirer l'attention du lecteur sur l'erreur commise précédemment, ne rencontre pas l'exigence de rectificatif explicite » (Recommandation sur l'obligation de rectification) ; d'autre part, la rectification est intervenue après deux jours ; elle n'était ni claire ni visible et ne comportait ni reconnaissance et identification de l'erreur commise ni correction de celle-ci. Le CDJ note en effet que la mention sous l'article qui précise que l'article a été revu en intégrant le communiqué de presse de l'établissement scolaire n'est pas suffisante pour permettre au lecteur de comprendre en quoi l'article a été modifié. Il en conclut d'une part que le média n'a pas permis aux personnes ayant déjà pris connaissance de l'éventuel fait erroné de s'en apercevoir et de saisir la teneur réelle des faits et d'autre part que le retrait ne peut être justifié par un motif d'ordre déontologique.

En conséquence, quelle qu'ait été l'intention du média (mise à jour ou rectificatif), le CDJ estime que la relation des faits et leur chronologie constituent des éléments objectivables suffisants pour conclure que le retrait n'était pas dicté par des impératifs déontologiques ou rédactionnels mais résultait de la pression d'un acteur extérieur à la rédaction – par ailleurs annonceur – de nature à jeter le doute sur l'indépendance du média.

L'art. 11 (indépendance) du Code de déontologie journalistique n'a pas été respecté.

L'art. 6 (rectification explicite) du Code de déontologie n'a également pas été respecté, à tout le moins pour ce qui concerne le point 7 de la Recommandation sur l'obligation de rectification (2017) relatif à la distinction entre mise à jour et rectificatif.

2. Pour ce qui concerne le contenu publicitaire

Lors de l'examen du dossier, le Conseil a constaté que le contenu publicitaire promotionnant le Collège d'Europe et publié momentanément après le retrait de l'article mis en cause était visiblement en contravention avec la déontologie. Il a donc décidé de s'autosaisir à son propos.

Le Conseil rappelle que l'art. 13 du Code de déontologie demande que « les rédactions s'assurent que les messages publicitaires sont présentés de façon à éviter la confusion avec l'information journalistique », principe que la Directive détaille comme suit en son art. 5.1 : « Les rédacteurs en chef et leurs délégués doivent faire en sorte que le public perçoive sans effort une différence visuelle et/ou sonore évidente et incontestable entre les contenus journalistiques émanant de la rédaction et tout autre contenu. En presse imprimée et en ligne, toute annonce, tout contenu publicitaire présentant des ressemblances avec un contenu journalistique, tout supplément, toute production déléguée à un partenaire extérieur non journaliste ou tout contenu n'émanant pas de la rédaction (y compris ses collaborateurs extérieurs) mais présentant des ressemblances avec un contenu journalistique doit comporter une mention indiquant visiblement qu'il n'émane pas de la rédaction : "publicité", "publireportage" ou "ce texte n'engage pas la rédaction". Tout contenu de ce type doit être imprimé dans un corps, une position et une forme qui la distinguent du contenu rédactionnel afin d'être identifiable comme publicitaire par un lecteur même occasionnel ».

En l'espèce, le CDJ observe que tel n'est pas le cas ici : si le média a effectivement veillé à indiquer en surtitre une mention qui précise que le contenu est publicitaire (« article sponsorisé » / « sponsored article »), il constate que cette mention est insuffisante pour prévenir le risque de confusion entre cet espace acheté et le travail de la rédaction du média. En effet, la mention n'est pas imprimée dans une taille, un corps, une forme ou un autre contraste qui la distinguerait du contenu rédactionnel afin d'être identifiable comme un contenu publicitaire, sans effort, par les lecteurs. Par ailleurs, le graphisme et plus précisément la mise en page, le code couleur et la typographie de l'article sponsorisé ne diffèrent en rien des articles journalistiques émanant de la rédaction et aucun texte d'avertissement ne précise l'origine, l'objectif et la responsabilité de cette publication.

En conséquence, le Conseil estime que l'art. 13 (confusion publicité – information) du Code de déontologie et la Directive sur la distinction entre publicité et journalisme n'ont pas été respectés sur ce point.

Décision :

- pour l'article, la plainte est fondée pour ce qui concerne les art. 6 et 11 ; la plainte n'est pas fondée pour ce qui concerne l'art. 13 ;
- pour le contenu publicitaire, la plainte est fondée pour ce qui concerne l'art. 13 la Directive sur la distinction entre publicité et journalisme.

Demande de publication (in English below) :

A l'instar de l'engagement pris par tous les médias membres de l'AADJ, le CDJ demande à *The Brussels Times* de publier dans les 7 jours de l'envoi de l'avis le texte suivant sur son site en page d'accueil pendant 48 heures et de placer sous l'article et le contenu publicitaire, s'ils sont disponibles ou archivés en ligne, une référence à l'avis et un hyperlien permanents vers celui-ci sur le site du CDJ.

Texte pour la page d'accueil du site

Le CDJ a constaté que *The Brussels Times* avait manqué d'indépendance en procédant au retrait d'un article sous la pression d'un acteur extérieur à la rédaction

Le Conseil de déontologie journalistique a constaté ce 9 juin 2021 que *The Brussels Times* n'avait pas respecté l'art. 11 (indépendance) du Code de déontologie journalistique en procédant au retrait d'un article consacré au non-respect des mesures sanitaires par les étudiants du Collège de l'Europe. Le CDJ a estimé que l'analyse des faits et leur chronologie permettaient de conclure que le retrait n'était pas dicté par des impératifs déontologiques ou rédactionnels mais résultait de la pression d'un acteur extérieur à la rédaction – par ailleurs annonceur – et était de nature à jeter le doute sur l'indépendance du média. Lors de l'examen de ce dossier, le CDJ a par ailleurs constaté qu'en contravention avec l'art. 13 du Code de déontologie journalistique, *The Brussels Times* ne permettait pas à ses lecteurs de distinguer sans effort, sur son site, contenu publicitaire et contenu rédactionnel au risque de créer une confusion entre cet espace acheté et le travail de la rédaction du média.

L'avis complet du CDJ peut être consulté [ici](#).

Texte à placer sous l'article et le contenu publicitaire en ligne

Le Conseil de déontologie journalistique a constaté des fautes déontologiques dans ce contenu. Son avis peut être consulté [ici](#).

Request for publication:

Following the commitment made by all the media members of the AADJ, the CDJ requests *The Brussels Times* to publish within 7 days of sending this notice the following text on its website homepage for 48 hours and to place below the article and the advertising content, if available or archived online, a reference to the notice and a permanent hyperlink to it on the CDJ website.

Text for the website homepage

The CDJ found that *The Brussels Times* had lacked independence by withdrawing an article under pressure from an actor outside of the editorial staff

On June 9th, 2021, the Conseil de déontologie journalistique (Council for Journalistic Ethics) found that *The Brussels Times* had failed to comply with art. 11 (independence) of the Code of Journalistic Ethics by withdrawing an article on the non-compliance of College of Europe students with health measures. The CDJ considered that the analysis of the facts and their chronology led to the conclusion that the withdrawal was not dictated by deontological or editorial imperatives but was the result of pressure from an actor outside of the editorial team – who is also an advertiser – and was likely to cast doubt on the independence of the media. During the examination of this case, the CDJ also noted that, in contravention of art. 13 of the Code of Journalistic Ethics, *The Brussels Times* did not allow its readers to distinguish effortlessly, on its website, between advertising content and editorial content, at the risk of creating confusion between this purchased space and the work of the media's editorial staff. The full opinion of the CDJ can be found [here](#).

Text to be placed below the article and the online advertising content

The Conseil de déontologie journalistique (Council for Journalistic Ethics) found deontological faults in this content. Its opinion can be found [here](#).

La composition du CDJ lors de la décision :

La décision a été prise par consensus. Il n'y a pas eu de demande de récusation dans ce dossier.

Journalistes

Thierry Couvreur (par procuration)
Gabrielle Lefèvre
Alain Vaessen
Aurore d'Haeyer
Martine Vandemeulebroucke
Michel Royer

Rédacteurs en chef

Nadine Lejaer
Yves Thiran

Éditeurs

Catherine Anciaux
Denis Pierrard (par procuration)
Jean-Pierre Jacqmin
François Jongen
Harry Gentges
Pauline Steghers

Société civile

Florence Le Cam
Jean-François Vanwelde
David Lallemand
Jean-Jacques Jaspers

Ont participé à la discussion : Laurence Mundschau, Alejandra Michel.

Muriel Hanot
Secrétaire générale

Jean-Jacques Jaspers
Président