



Conseil de déontologie – Réunion du 26 octobre 2022

Plainte 22-01

Alliance nationale des Mutualités chrétiennes c. 7sur7.be

Enjeux : recherche et respect de la vérité / vérification (art. 1 du Code de déontologie) ; rectification rapide et explicite (art. 6) ; confusion publicité-information (art. 13) et Directive sur la distinction entre publicité et journalisme (2015)

Plainte fondée : art. 1, 6, 13 et Directive

Origine et chronologie :

Le 5 janvier 2022, l'Alliance nationale des Mutualités chrétiennes introduit, via sa porte-parole, une plainte contre un article en ligne de 7sur7.be qui compare le montant du remboursement des moyens de contraception mis en place par les différentes mutualités du pays. Le même jour, la plaignante apporte un complément d'information dans lequel elle note que l'article a été mis à jour de manière non explicite et sans excuse. La plainte, recevable, a été transmise au média le 7 janvier. Ce dernier y a répondu le 16 février. La plaignante y a répliqué le 3 mars et le média a transmis son ultime réponse le 11 mars.

Les faits :

Le 3 janvier 2022, 7sur7.be publie sur son site un article signé guide-epargne.be qui compare le remboursement par les mutuelles des contraceptifs (« Le remboursement des contraceptifs largement étendu : ces mutualités vous remboursent encore plus »). Le chapeau énonce : « Les contraceptifs protègent votre santé et contribuent à votre tranquillité d'esprit. Voilà pourquoi le gouvernement fédéral a étendu considérablement le remboursement des contraceptifs l'année dernière. Ainsi, la pilule et le stérilet sont gratuits pour les femmes jusqu'à 25 ans, tandis que toutes les femmes peuvent compter sur le remboursement intégral de la pilule du lendemain. Mais qu'en est-il des autres contraceptifs et à quel point le choix de votre mutualité est-il décisif ? Guide-epargne.be a examiné ceci ».

L'article consiste en une comparaison des montants de remboursement des moyens de contraception mis en place par les différentes mutualités du pays. Dans un paragraphe sous-titré « Et si vous avez plus de 25 ans ? », l'article explique qu'à part l'intervention légale, certaines mutualités prévoient une intervention supplémentaire, également d'application après 25 ans. Il est précisé à cet égard que « Partena et les Mutualités Chrétiennes se limitent à l'intervention légale ».

L'article est accompagné d'un outil interactif permettant de comparer les mutualités en fonction d'une série de critères – qui mentionne « en collaboration avec guide-epargne.be » – et de la mention suivante : « Cet article vous est proposé par notre partenaire Guide-epargne.be. Guide-epargne.be est un comparateur indépendant de produits bancaires et recherche des prix compétitifs ainsi que de meilleurs taux ». Enfin, une mention de la source renvoie vers l'article originel publié sur guide-epargne.be.

Le 5 janvier, le passage « Partena et les Mutualités Chrétiennes se limitent à l'intervention légale » est remplacé par « La MC intervient jusqu'à 50 € par année civile sans distinction d'âge et pour tout type de contraceptif masculin et féminin (pilules contraceptives, patchs, préservatifs, spermicides...). Et jusqu'à 150 € tous les 3 ans pour le stérilet ou l'implant contraceptif. Partena se limite à l'intervention légale ». Il est indiqué que l'article a été mis à jour à 12h41 le même jour.

Le 12 janvier, l'article en cause est à nouveau mis à jour. Il est précisé, avant le corps de l'article : « En collaboration avec Guide-epargne.be / 03-01-22, 08:00 / Dernière mise à jour : 12-01-22, 15:44 ». Le passage suivant a été ajouté au nouveau paragraphe du 5 janvier : « *Dans la publication originale de cet article, nous indiquions que la Mutualité Chrétienne se limitait à l'intervention légale, ce qui est incorrect. Ceci a été corrigé le 05/01/22. Nous nous excusons pour le désagrément ».

Les arguments des parties :

La plaignante :

Dans sa plainte initiale

La plaignante relève que l'article en question, présenté comme un article d'information censé aider le lecteur à comparer les avantages et services des assurances complémentaires des mutuelles en l'incitant à choisir la plus avantageuse pour lui, soutient erronément que la Mutualité chrétienne (MC) n'offre aucun avantage relatif à la contraception dans son assurance complémentaire alors que celui-là est particulièrement avantageux, ce qui est facilement vérifiable sur le site de la MC. Elle estime que cette affirmation nuit à l'image de marque de la mutualité, induit en erreur le lecteur, offre une concurrence déloyale et peut aussi nuire à ses membres qui pourraient en raison de ces informations erronées ne pas réclamer leurs droits. Elle indique que malgré un contact avec la rédaction par lequel elle exigeait un correctif immédiat de l'article et un droit de réponse, ou tout le moins un retrait de l'article, la rédaction s'est contentée de signaler à la plaignante que sa remarque avait été transmise à leur partenaire en charge de la rédaction de l'article, guideepargne.be, sans en modifier le contenu et sans retrait dudit article. La plaignante ajoute que cet article occupe toujours une place importante et de choix sur la page d'accueil du site avec un impact non négligeable sur l'image de la MC.

Elle s'interroge par ailleurs sur ce type d'article présenté comme un article d'information, alors qu'il n'est ni rédigé par la rédaction, ni présenté comme une publicité. Elle signale que le « guideepargne.be » appartient au même groupe DPG Media, site qui n'a pas non plus contacté la MC pour obtenir des informations relatives à l'étendue de son offre de services et avantages.

Après avoir reçu une réaction du média lui précisant que le contenu de l'article avait été corrigé, la plaignante relève que cela a été fait sans excuse ni prise de conscience de l'impact de telles erreurs. Au vu du délai entre la diffusion et la correction espérée, la plaignante estime qu'une mention de correction aurait dû être mise en évidence dans le titre et au début de l'article.

Le média :

En réponse à la plainte

Le média explique que le journaliste a basé son article sur les informations du site web néerlandophone de la MC, supposant de bonne foi que ces informations étaient identiques dans toute la Belgique. Le média ne conteste pas que les informations sur le remboursement de ce service en particulier étaient incorrectes. Il rappelle que l'information erronée a été corrigée le lendemain du jour où la plaignante l'a signalée, ce qui constitue selon lui une correction opportune. En ce qui concerne la méthode de rectification, la rédaction a estimé qu'il était approprié de corriger les informations incorrectes dans l'article lui-même. De cette façon, les internautes lisent immédiatement l'information correcte, au côté d'autres informations sur les services d'autres mutualités. À la demande de la plaignante de rendre la correction plus explicite, un paragraphe a ensuite été ajouté à la fin de l'article, en caractère gras, faisant explicitement référence à la correction apportée. Le média estime donc avoir répondu à la demande de la plaignante en temps raisonnable et de manière correcte.

Enfin, le média explique que DPG Media exploite une série de sites web qui fournissent des informations spécialisées, comme guide-epargne.be. Ce site est un guide pour les consommateurs dans le domaine de la finance au sens large. Il précise que ce site met également à disposition un comparateur dans lequel les prestations de différentes mutuelles sont comparées. Le média ne compte pas de tels spécialistes au sein de sa rédaction et met donc à disposition de ses lecteurs les articles de la rédaction de guide-epargne.be. Le contenu de ce site n'est ni payé par ni écrit pour le compte d'annonceurs, comme les mutualités. Il s'agit d'une

comparaison impartiale entre les services de différentes mutualités. Il indique qu'au début de l'article figure un label rouge guide-epargne.be en lettres capitales et que la mention suivante est clairement indiquée sous l'introduction : « En collaboration avec Guide-epargne.be ». Il ajoute que sous l'article, figurent également la mention « Cet article vous est proposé par notre partenaire Guide-epargne.be » et un rappel de la source avec un lien vers l'article sur le site. Il n'y a donc pour le média aucune ambiguïté sur la nature ou la source de cet article.

La plaignante :

Dans sa réplique

Premièrement, la plaignante estime qu'ignorer que les assurances complémentaires des mutuelles diffèrent selon les mutuelles au sein d'une même union nationale est assez interpellant et relevant du manque de professionnalisme et de déontologie des rédacteurs qui rédigent le contenu du site et des articles. Elle note que l'Alliance nationale des mutualités chrétiennes a largement et à plusieurs reprises communiqué sur la refonte de ces dix-neuf mutualités régionales en deux entités fortes au 1^{er} janvier 2021 : d'une part une mutualité flamande (CM) et d'autre part une mutualité francophone et germanophone (MC). Elle rappelle que toutes les informations concernant la MC et ses statuts sont très facilement accessibles sur son site, et qu'un service presse est à disposition des journalistes dans les deux langues. Elle note encore qu'avant le 1^{er} janvier 2022, chaque mutualité régionale francophone disposait de ses propres avantages et services au sein de son assurance complémentaire et qu'aujourd'hui, l'assurance complémentaire francophone et germanophone de la MC est harmonisée mais diffère bien entendu de l'assurance complémentaire proposée par la CM.

Concernant la correction, elle estime que le paragraphe ajouté n'apparaissant qu'en fin d'article, seuls les lecteurs qui parcourent l'ensemble de l'article peuvent en prendre connaissance. Elle considère qu'il est peu probable que tous ceux qui auraient lu l'article avant sa correction le lisent à nouveau puisque la mention d'une correction n'apparaît ni dans le titre, ni sur la page d'accueil du site. Elle constate que la mention de la correction a été ajoutée une fois que l'article ne bénéficiait plus de la même visibilité sur la page d'accueil et qu'il n'y a donc eu aucune compensation pour réparer les torts causés sur l'image de la MC et pour éviter que des membres de la MC ne réclament pas leurs droits entre la diffusion dudit article et sa correction. Pour justifier l'importance du dommage causé, la plaignante explique en détail le principe de l'assurance complémentaire mis à disposition des membres des mutuelles.

Pour ce qui concerne la confusion des genres semée par la promotion d'un site comparateur d'offres financé par des annonceurs sur un site d'information, la plaignante persiste à penser que le lecteur ne perçoit pas la différence entre un article d'information qu'est censé proposer le média et une forme de publiereportage pour un site commercial, en l'occurrence guide-epargne.be. Elle note ainsi que l'équipe de rédaction n'est tout d'abord pas la même et que le média semble par ailleurs ne pas reconnaître de responsabilité en tant qu'éditeur quant au contenu développé par leurs sites partenaires. Elle relève encore que dans sa réponse, le média ne précise pas que le site appartient aussi à DPG Media et que ce site n'a donc pas été sélectionné pour sa rigueur journalistique et son impartialité. La plaignante constate que le site en question mentionne en bas de page ceci : « Guide-epargne.be compare les fournisseurs et recherche aussi bien des prix concurrentiels que de meilleurs taux. Nos services sont gratuits, mais afin de maintenir ceci, nous percevons les rémunérations des fournisseurs que nous mettons en contact avec vous. Guide-epargne.be ne vend pas de produits lui-même ». Ce site n'étant pas un site d'information, la plaignante se demande si ses rédacteurs peuvent être qualifiés de journalistes et observe que le lecteur du média n'est pas averti, ni dans les titres des articles de guide-epargne.be ni dans leur contenu, qu'ils sont produits par un site commercial et publicitaire. Elle considère que la mention seule du site comme rédacteur du contenu ne suffit pas à éclairer le lecteur.

Le média :

Dans sa seconde réponse

Le média relève qu'il est clairement indiqué dans sa réponse que guide-epargne.be est un site exploité par DPG Media, donc qu'il est la propriété de DPG Media. Il remarque qu'il est inapproprié d'insinuer que le média cache délibérément cette information. Il conteste qu'il soit contraire à la déontologie journalistique qu'un article se fonde, en toute transparence, sur des informations figurant sur un autre site web qui contient une comparaison objective entre les offres des mutuelles de santé. Il note que le fait qu'une mutuelle reçoive une rémunération d'un site web dans le cas où un consommateur change de mutuelle via ce site ne rend pas les informations sur les services des différentes mutuelles incorrectes ou partiales, ces deux éléments n'étant absolument pas liés. Il rappelle par ailleurs que, la plainte ne concerne pas guide-epargne.be, mais 7sur7.be.

Solution amiable :

La plaignante a estimé que les différentes corrections effectuées par le média ne constituaient pas une solution amiable suffisante au vu du dommage causé.

Avis :

Hors considération sur la nature de l'information en cause (cfr infra), le CDJ note que l'affirmation selon laquelle la plaignante n'offrait aucun avantage relatif à la contraception dans son assurance complémentaire est erronée, ce que le média reconnaît. Il relève que ce dernier a manqué à son devoir de vérité en reprenant telle quelle, sans la vérifier, une information diffusée par un site tiers. Que ce dernier soit un site partenaire n'y change rien dès lors que les questions déontologiques liées à la reprise des faits publiés relèvent de la responsabilité finale du média.

L'art. 1 (recherche et respect de la vérité / vérification) du Code de déontologie n'a pas été respecté.

Cela étant, le CDJ rappelle que les médias ne sont pas à l'abri d'une erreur. En rectifiant celle-ci, ils rencontrent un autre volet de leur déontologie.

En l'occurrence, le CDJ relève que dès qu'il a pris connaissance de son erreur, le média a procédé au retrait du passage erroné et l'a remplacé par une information actualisée. Le CDJ observe cependant que si cette mise à jour peut certes être considérée comme rapide, pour autant, elle ne peut en aucun cas être assimilée à une rectification explicite telle que requise par le Code de déontologie et la Recommandation sur l'obligation de rectification. Le CDJ constate en effet que la rectification n'était pas claire et visible, qu'elle ne comportait pas la reconnaissance et l'identification de l'erreur commise et la correction de celle-ci, qu'elle ne permettait pas aux personnes ayant déjà pris connaissance du fait erroné de s'en apercevoir et de saisir la teneur réelle des faits.

Le Conseil constate que par la suite, après échanges avec la plaignante, le média a procédé à une rectification qui cette fois était explicite. Il note néanmoins que celle-ci a été réalisée tardivement, plus d'une semaine après la publication initiale de l'article et qu'elle ne répondait dès lors plus à l'exigence déontologique de rapidité. S'il retient la bonne volonté du média sur ce point, le CDJ observe pour autant que le média ne pouvait ignorer l'obligation qui lui incombait en première intention.

L'art. 6 (rectification rapide et explicite) du Code de déontologie et la Recommandation sur l'obligation de rectification n'ont pas été respectées.

Le Conseil observe que le média reporte la responsabilité de la rectification sur le site tiers dont il a intégralement repris le contenu. Il rappelle que reproduire en tout ou en partie un contenu tiers résulte non seulement de choix éditoriaux liés à des activités d'ordre journalistique comme la sélection de l'information, son agencement, sa titraille, son illustration, etc. mais active également la responsabilité sociale du média envers son public, vis-à-vis duquel il s'engage, comme média d'information, à diffuser une information respectant la déontologie. Le CDJ souligne dès lors que la responsabilité de la rectification lui incombait.

Par ailleurs, il relève également sur le plan de cette même responsabilité, que le média a relayé tel quel le contenu de guide.epargne.be – un contenu qui n'émane pas de sa rédaction et qui s'avère être de nature publicitaire – sans prendre le soin de le distinguer clairement de ses propres contenus informationnels : la seule mention du nom du site ne suffisait en effet ni à signaler aux lecteurs que le site source était un site comparateur dont l'objectif premier est d'encourager les internautes à visiter les sites des « produits » qui font l'objet de la comparaison en contrepartie d'un revenu négocié au préalable, ni à distinguer clairement ce site des contenus journalistiques produits par sa propre rédaction.

Le fait que les textes du site renvoyant au comparateur puissent se donner les apparences d'un travail journalistique ne change rien à leur intention publicitaire.

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 sur la distinction entre publicité et information clarifie 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 ».

La Directive précise par ailleurs que doivent notamment être considérés comme « extérieurs à la rédaction » les annonceurs, les services de collecte d'annonces publicitaires, les services de promotion et commerciaux, les agences de communication, les partenaires commerciaux ou promotionnels d'un éditeur ou d'un prestataire de services externe. Le fait que le contenu source ait été produit par un site partenaire du média n'enlève rien au manquement constaté.

L'art. 13 du Code de déontologie (confusion publicité-information) et la Directive sur la distinction entre publicité et journalisme (2015) n'ont pas été respectés.

Décision : la plainte est fondée.

Demande de publication :

A l'instar de l'engagement pris par tous les médias membres de l'AADJ, 7sur7.be est invité à 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 placer sous l'article, s'il est disponible ou archivé 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 7sur7.be a relayé tel quel, sans le vérifier ni prendre le soin de le distinguer clairement de ses propres contenus informationnels, un contenu de nature publicitaire provenant d'un site tiers

Le Conseil de déontologie journalistique a constaté ce 26 octobre 2022 que 7sur7.be avait manqué à son devoir de vérité en reprenant telle quelle, sans la vérifier, une information diffusée par un site comparateur tiers dont une affirmation était erronée. Il a également relevé que le média diffusait ce contenu qui n'émanait pas de sa rédaction et qui s'avérait être de nature publicitaire sans prendre le soin de le distinguer clairement de ses propres contenus informationnels. Le CDJ a en effet constaté que la seule mention du nom du site ne suffisait ni à signaler aux lecteurs que le site source était un site comparateur dont l'objectif premier est d'encourager les internautes à visiter les sites des « produits » qui font l'objet de la comparaison en contrepartie d'un revenu négocié au préalable, ni à distinguer clairement ce site des contenus journalistiques produits par sa propre rédaction, en contravention avec l'art. 13 du Code et la Directive sur la distinction entre publicité et journalisme (2015).

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

Texte à placer sous l'article en ligne

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

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. Sandrine Warzstacki s'est déportée dans ce dossier.

CDJ – Plainte 22-01 – 26 octobre 2022

Journalistes

Thierry Couvreur
Gabrielle Lefèvre
Martial Dumont
Dominique Demoulin
Martine Simonis

Rédacteurs en chef

Nadine Lejaer
Yves Thiran

Éditeurs

Ann Philips
Marc de Haan (par procuration)
Harry Gentges
Laurent Haulotte

Société civile

Jean-Jacques Jespers (présidence)
Pierre-Arnaud Perrouty (par procuration)
Wajdi Khalifa
Laurence Mundschau
Ulrike Pommée

A participé à la discussion : Thierry Dupièreux.

Muriel Hanot
Secrétaire générale

Marc de Haan
Président