



Conseil de déontologie – Réunion du 18 mars 2026

Autosaisine 25-38

CDJ c. Ventures Media

**Enjeux : responsabilité sociale (préambule du Code de déontologie) ;
recherche et respect de la vérité / vérification / honnêteté / mention des sources (art. 1) ;
omission / déformation d'information (art. 3) ; prudence / enquête sérieuse (art. 4) ;
respect de la déontologie quel que soit le support (art. 7) ; liberté rédactionnelle (art. 9) ;
indépendance (art. 11) ; méthodes loyales (art. 17) ; plagiat (art. 19)**

Plainte fondée

En résumé :

Le Conseil de déontologie journalistique a constaté ce 18 mars que Ventures Media avait gravement enfreint les règles de déontologie journalistique en publiant dans le cadre d'un test, sur les sites de ses différents magazines, pendant plusieurs mois et en dehors de tout contrôle de ses rédactions, des contenus générés par l'intelligence artificielle, signés par des journalistes dont les profils avaient été créés de toutes pièces. Le CDJ a constaté, premièrement, que l'éditeur avait négligé le respect élémentaire du principe d'indépendance en privant les rédactions de toute information utile et de possibilité d'intervention sur ces contenus. Il a considéré, deuxièmement, qu'en faisant passer des contenus produits par un outil technologique, non contrôlés – c'est-à-dire vérifiés, recoupés ou traités – par la rédaction, pour des contenus résultant d'un travail rédactionnel, il avait non seulement trompé gravement le public sur la nature et la valeur exactes de ces contenus, mais également porté atteinte à la crédibilité et à la fiabilité du travail de ses rédactions ainsi qu'à l'image de la profession. Troisièmement, le Conseil a relevé que l'utilisation de faux profils présentés comme journalistiques induisait le public en erreur, tant sur l'existence réelle de ces auteurs que sur l'origine et la qualité de l'information prétendument signée par eux et a estimé qu'il s'agissait là d'une méthode particulièrement malhonnête et déloyale vis-à-vis du public et de la profession en ce qu'elle portait préjudice à la crédibilité même du travail journalistique, et à l'intégrité de toute la fonction.

Origine et chronologie :

Le 28 juin 2025, le CDJ prend connaissance d'une enquête de VRT nws révélant que des contenus journalistiques publiés par les médias du groupe Ventures Média ont été générés par l'intelligence artificielle (IA) et présentés sous de faux profils de journalistes. En date du 2 juillet, le Conseil a décidé d'ouvrir de sa propre initiative un dossier à ce sujet, comme le prévoit son Règlement général (art. 1, §2, a). Le média en a été informé le 22 juillet. Il a répondu le 7 août aux griefs formulés, après l'octroi d'un délai de réponse complémentaire. Réuni en séance plénière le 3 septembre, le CDJ a estimé qu'une audition complémentaire – destinée à l'éclairer sur le contexte qui entoure les enjeux déontologiques mis en question et à apporter d'éventuels compléments d'information à la première réponse du média – était nécessaire et a désigné une commission chargée de préparer la décision finale à prendre par le CDJ en plénière.

Le 27 octobre, une audition s'est tenue en présence de MM. D. Henet, Directeur général, B. de Wasseige, CEO, et F. de Wasseige, COO. Le même jour, à la suite de l'audition, le média a communiqué un courrier du Raad voor de Journalistiek (RVDJ) du 14 octobre, dans lequel son secrétaire général l'informait de la clôture en médiation d'un dossier lié à cet épisode d'utilisation de l'intelligence artificielle dans un des magazines néerlandophones du groupe. Concomitamment, la commission a considéré, au vu du dossier, que l'audition complémentaire de la rédactrice en chef de ELLE – principal média du groupe concerné par les révélations de VRT nws –, s'imposait dès lors que se posait la question de la gestion des contenus produits par l'IA au sein de la rédaction du média. Cette audition avec Mme M. Guérin a eu lieu le 9 décembre.

Les faits :

Le 28 juin 2025, VRT nws publie une enquête qui met en lumière la publication, par les médias du groupe Ventures Média, de contenus générés par l'IA, présentés sous de faux profils de journalistes. L'enquête est titrée : « Sophie Vermeulen n'existe pas, mais elle a écrit 403 articles pour le magazine Elle, selon une étude de VRT NWS » ; son chapeau énonce : « Le magazine Elle a utilisé plusieurs profils de faux journalistes sur son site web. Une étude de VRT NWS montre qu'en avril et mai, plus de la moitié de ses articles en ligne ont été rédigés par des personnages fictifs à l'aide de l'IA. D'autres magazines appartenant à sa société mère, Ventures Média, ont également participé à cette initiative. Selon l'entreprise, il s'agissait d'un test ». Parmi les médias concernés, l'enquête évoque ELLE, Marie Claire, Forbes et Psychologies. Elle évoque entre autres, d'une part, qu'à la suite d'un entretien avec une personne travaillant pour ELLE et Marie Claire, les faux profils de journalistes ont été supprimés, d'autre part, un autre entretien avec un cadre de Ventures Media sur le sujet lors duquel est évoqué le test à l'origine des contenus et des faux profils de journalistes générés par l'IA : « "L'équipe technique effectue un test. Nous générons des articles entièrement générés par l'IA et non édités. Des alias ont été utilisés dans le cadre du test. Ce test reste toutefois limité et indépendant de toute révision éditoriale (...) Dans le cadre du test, il y a eu une erreur qui a depuis été corrigée" ». A la suite de cette déclaration, l'article explique qu'après l'interview l'avertissement accompagnant les contenus a été modifié pour mentionner « Ce contenu a été généré par l'IA », alors qu'il mentionnait initialement des « lecteurs humains ». Il se concentre également sur l'ampleur du phénomène et relève notamment que « Plus de la moitié des articles publiés sur le site web d'Elle ces derniers mois ont été rédigés par ces deux journalistes fictives. Sophie Vermeulen, par exemple, a "écrit" 403 articles depuis le début de l'année. Marta Peeters en a écrit 150 ». Un graphique en colonne illustre cette augmentation qui démontre l'évolution au fil des mois des contributions des deux faux profils de journalistes en comparaison à celles des autres journalistes et met en lumière le fait que les contributions de Sophie Vermeulen ont débuté en décembre 2024. La fin de l'article fait part d'une autre déclaration de Ventures Média : « Ventures Média a annoncé un changement de cap : "Nous comprenons que l'utilisation d'alias peut prêter à confusion, et nous avons donc ajusté cette approche pour la rendre plus claire à l'avenir et indiquer également que le contenu a été créé à l'aide de l'IA" ». Et l'article de conclure : « Nous n'avons pas trouvé de faux profils dans la version papier d'Elle et des autres magazines ».

Les arguments des parties :

Le média :

Dans sa réponse

Le média explique d'abord que les contenus litigieux ont été publiés dans le cadre d'un test ponctuel, limité à une durée d'un à deux mois, principalement sur ses versions web néerlandophones, et mené exclusivement par sa cellule Tech & Business Development, sans impliquer ses rédactions digitales ou print. Cette absence d'implication des rédactions est justement à l'origine du problème, reconnaît-il : en étant conduit de manière isolée, ce projet n'a pas bénéficié du cadrage éthique et déontologique habituel. Il relève que l'objet dudit projet était exclusivement exploratoire, puisqu'il s'agissait d'évaluer les capacités de l'IA à identifier les sujets susceptibles d'intéresser ses lecteurs, dans une logique d'aide à la rédaction et non de substitution.

Il souligne ensuite s'appuyer, depuis 35 ans, sur des équipes rédactionnelles professionnelles, tant en print que sur le web, mais aussi publier des titres de référence (ELLE, Marie Claire, Psychologies, Forbes, etc.) sous des licences internationales très rigoureuses en matière d'image et d'éthique. Il note qu'à ce jour, il n'a jamais été en conflit avec l'un de ses partenaires sur des questions déontologiques, élément témoignant selon lui de sa vigilance constante à cet égard.

Le média se penche alors sur un cas qu'il juge révélateur : dans le dossier « Plainte de la Commission des Psychologues contre Psychologies » devant le RVDJ, il a écrit s'être bien rendu « compte de la faute commise » et être conscient « des risques implicites liés à l'utilisation de l'IA dans les domaines de la psychologie et du développement personnel ». Il précise avoir d'ailleurs souligné à quel point ce test allait à l'encontre de la ligne éditoriale portée par la rédaction de Psychologies, qui venait justement de consacrer un dossier de fond à l'IA et l'éthique (qu'il joint en annexe de son argumentaire).

Il ajoute réaffirmer qu'il n'a jamais eu la volonté de tromper les lecteurs et que les profils fictifs générés par l'IA ne l'ont pas été dans une démarche consciente de dissimulation, mais par méconnaissance des implications au sein de l'équipe Tech. Il en déduit donc qu'il s'agit d'une erreur grave mais commise de bonne foi.

Le média précise également avoir pris des mesures immédiates et structurelles, dès qu'il a été alerté par l'équipe VRT nws : ajout des mentions « généré par l'IA » ; suppression des faux profils ; retrait de certains contenus, notamment deux signés « Femke » sur le site néerlandophone de Psychologies ; arrêt du test ; diffusion d'une communication claire sur ses différents supports ; rédaction d'une charte d'utilisation de l'IA, désormais appliquée à l'échelle de l'ensemble du groupe et encadrant strictement l'usage de ces outils dans ses processus éditoriaux. Le média fournit une copie de cette charte.

Finalement, le média insiste sur les conséquences directes et indirectes de cette erreur, à savoir que l'enquête de VRT nws a eu un impact réel sur son image, qu'il s'emploie aujourd'hui à reconstruire avec transparence et rigueur, souligne-t-il.

En audition

Le média débute l'audition en revenant rapidement sur l'histoire du groupe Ventures Média : il s'agit d'une affaire familiale fondée à la fin des années 1980 ; au départ, elle ne consistait qu'en un seul magazine, *Play Tennis* ; au début des années 2000, l'édition belge du magazine ELLE a été lancée ; à partir de ce moment, une option stratégique consistant en la reprise de licences de marques mondiales de magazines et leur adaptation au marché belge, en français et en néerlandais, a été adoptée. Il explique également avoir été lourdement impacté au niveau financier en raison de la crise du Covid-19, qui a été suivie de trois années difficiles ayant mené à une restructuration des équipes. Le média précise avoir par conséquent fait le choix de privilégier les statuts d'indépendant et de freelance, tout en donnant aux personnes ne voulant pas passer sous ce nouveau statut un préavis. De cette manière, en 2026, les équipes devraient être composées majoritairement de journalistes *freelance*, et de quelques salariés, souligne-t-il.

Concernant le dossier, le média le résume comme étant un problème de mauvaise exploitation de l'IA et réitère qu'il s'agissait d'un test, qui a imploré fin juin / début juillet, qui s'est mal passé, soulignant que depuis début juillet, ce « dérapage » a été « coupé à la racine ». Il revient sur les origines de ce test, en précisant qu'il n'a pas été lancé à l'initiative de la direction ou de la rédaction mais développé en à-côté par une cellule (Business & Development / Tech) - composée d'une personne (un ancien employé de longue durée, dans lequel ils avaient une confiance totale) basée à Malte. Le but initial de ce test, affirme-t-il, était d'optimiser les audiences en déterminant quels étaient les sujets par lesquels les lecteurs étaient les plus intéressés (« data driven test »), ceux pour lesquels il y avait le plus de clics. Il précise que la cellule a demandé à avoir une certaine liberté pour développer les audiences et que, par conséquent, son comportement était indépendant des rédactions. Il affirme que celles-ci étaient au courant de la mise en place d'un test mais n'étaient pas intégrées dans son processus et ne disposait d'aucune visibilité dessus puisque les articles créés par la cellule n'étaient publiés ni dans les éditions papier, ni sur les pages d'accueil, ni sur les réseaux sociaux et que les contenus n'étaient pas en lien direct avec les lignes éditoriales des marques. Il indique par ailleurs qu'elles n'avaient pas conscience du volume important de publications et de l'augmentation de l'audience puisqu'elles ne voient pas ces dernières en direct et que les articles n'étaient pas accessibles aux lecteurs à partir du site du média mais uniquement via un moteur de recherche. Il explique que, de manière générale, si les rédactions valident les sujets, elles ne contrôlent et ne relisent pas tous les contenus – rédigés par des membres de la rédaction – publiés en ligne ou sur les réseaux sociaux, soulignant par ailleurs que les journalistes ne seraient jamais d'accord d'utiliser de faux profils. Il précise, à cet égard, que leurs rédactions sont très réduites et, plus particulièrement en ce qui concerne ELLE, qu'elle n'est composée que d'une personne responsable, qui n'était pas impliquée dans le test. Il soutient également que, si la direction a accepté le test, elle ne disposait toutefois pas de tous les détails, notamment ceux relatifs à la création de faux profils.

Le média présente une chronologie de la mise en place du test : des discussions avec la cellule Tech ont commencé début 2025 ; quelques articles ont déjà été publiés en mars/avril ; la production a réellement démarré au mois de mai 2025 ; l'idée était de revenir vers les rédactions début septembre et de leur présenter 4 ou 5 secteurs de topics qui auraient été validés début septembre ; fin juin, il a été coupé court au test, à la

suite des révélations de VRT nws. Concrètement, le média explique que le test consistait à reprendre des articles chez les licences étrangères de leurs marques et à les faire traduire par l'IA pour ensuite les publier sur les serveurs – néerlandophones uniquement, souligne-t-il – de leurs magazines, à l'exception du magazine *Psychologies* dont le site francophone a été concerné également, et analyser ce qui générerait des clics ou non. Il précise en outre qu'il ne s'agissait pas nécessairement exactement du même texte que l'article original car le contenu pouvait être optimisés lors de la traduction.

Le média souligne que, s'il savait que le test était en cours et qu'il avait remarqué une augmentation de l'audience, il ignorait cependant l'usage abusif qui était fait de l'IA. Il reconnaît ainsi un manque de contrôle de sa part et admet pleinement sa responsabilité, notamment pour « l'usurpation d'identité » qui en a découlé, soulignant l'avoir assumée. Il reconnaît également avoir commis une erreur en laissant trop de liberté à la cellule Tech et, de manière générale, dans la manière dont le test a été organisé en interne, notant à cet égard que le responsable de cette cellule ne se rendait pas compte des conséquences liées à son *modus operandi*, particulièrement à l'utilisation de faux profils – ce dont il a pris conscience actuellement. Il pointe le désordre au sein des rédactions que ce test a engendré pendant deux semaines.

Le média affirme avoir arrêté totalement le test et supprimé l'intégralité des articles émanant de la cellule Tech dès qu'il a pris connaissance des fautes commises. À cet égard, il affirme que l'enquête de la VRT nws lui a permis de mieux comprendre ce qui se passait en son sein et de prendre les mesures nécessaires pour assurer un véritable contrôle quotidien. Il explique également que personne ne gère l'utilisation de l'IA au sein de l'entreprise pour le moment car ils ne connaissent pas bien ce domaine qui reste relativement nouveau et que, pour cette raison, ils ont décidé d'adopter une charte d'utilisation de l'IA, transmise à tous les journalistes par les rédactions. L'usage de l'IA est donc désormais soumis au respect de cette charte, relève-t-il, qui prévoit, entre autres, que les journalistes peuvent l'utiliser pour les traductions mais qu'il doit toujours y avoir une relecture humaine, que, lorsqu'ils l'utilisent, la source doit être mentionnée, et qu'en toute hypothèse, tout article doit être validé par la rédaction avant publication. Le média reconnaît qu'actuellement, cette charte n'est pas parfaite et doit faire l'objet d'améliorations et de précisions ; il se dit ouvert pour ce faire à un dialogue avec les autres médias et à réaliser une analyse des chartes en vigueur en leur sein.

Finalement, le média évoque, en ce qui concerne le magazine *Psychologies*, un accord amiable intervenu avec la Commission des psychologues devant le RVDJ (qui avait reçu une plainte de sa part), qui déplorait une usurpation du titre de psychologue par un faux profil de journaliste. Il explique qu'il a été convenu de réaliser une interview du président de ladite Commission, qui a été publiée dans les éditions papier et digital du magazine. Cet accord permet, selon lui, de démontrer que la rédactrice en chef du magazine n'était pas impliquée dans le test.

La rédactrice en chef de ELLE en audition

La rédactrice en chef débute l'audition en indiquant que le test ne leur avait pas réellement été expliqué, mais simplement présenté comme impliquant l'IA et réalisé dans l'intérêt du référencement, et ne jamais avoir pris connaissance des articles parus à l'occasion de celui-ci. En effet, précise-t-elle, ils étaient publiés sous forme de *dark posts*, c'est-à-dire qu'ils ne se situaient pas sur la « vitrine » / *homepage* du média et qu'il fallait faire une recherche via un moteur de recherche pour les trouver. Elle ajoute, par ailleurs, que la majorité desdits articles étaient produits en néerlandais et traduits en français. Elle indique ne pas connaître néanmoins plus avant les processus mis en place pour la publication des articles et ne pas avoir pris connaissance de l'augmentation d'audience car elle ne reçoit pas directement le classement des articles et que ce sont des coordinatrices qui disposent de ces données – et qu'elles ne l'en avaient pas avertie.

Elle continue en expliquant qu'à la suite des révélations de VRT nws, la mention « généré avec l'IA » a d'abord été ajoutée aux articles concernés, mais qu'il a ensuite été décidé de supprimer l'ensemble des contenus car certains étaient passés outre l'ajout de cette mention. Elle précise également que la cellule Tech & Business a arrêté de produire des articles pour ELLE et note que la traduction des articles publiés se fait probablement grâce à l'IA mais qu'elle est nécessairement relue par l'équipe de rédaction.

En outre, souligne-t-elle, la charte d'utilisation de l'IA a été amendée à la suite de l'audition du 27 octobre. Elle signale qu'une charte a aussi été adoptée par ELLE International.

Décision :

1. En préalable, le CDJ souligne que la plainte portée devant le Raad voor de Journalistiek (RVDJ), résolue en médiation, n'enlève pas au CDJ la possibilité de s'autosaisir. Si cette plainte était relative à une publication

néerlandophone et donc en dehors de sa compétence, il observe que la pratique mise en lumière par VRT nws, qui pointait aussi les magazines francophones de Ventures Media, était susceptible d'avoir des incidences sur la profession, raison pour laquelle il s'est autosaisi. A cet égard, il rappelle que l'Accord de répartition des compétences entre le RVDJ et le CDJ (2013) prévoit qu'en ce qui concerne les médias au contenu largement commun dans les deux langues, même pour les articles publiés en simple traduction dans les deux éditions linguistiques, chaque conseil doit pouvoir être saisi.

2. Le CDJ constate, et l'éditeur reconnaît, que Ventures Media a diffusé sur ses sites, pendant plusieurs mois et en dehors de tout contrôle de ses rédactions, des contenus générés par l'intelligence artificielle, signés par des journalistes créées de toutes pièces (faux profils).

3. Il relève que ce faisant, l'éditeur a contrevenu gravement à la déontologie journalistique, **premièrement** en ce qu'il a négligé le respect élémentaire du principe d'indépendance en privant les rédactions de toute information utile et de possibilité d'intervention sur ces contenus.

Il rappelle que la liberté rédactionnelle et les choix qui en découlent sont du ressort seul des rédactions, qu'ils s'exercent en toute autonomie, responsabilité et sans ingérence, d'où qu'elle vienne, en ce compris des éditeurs.

Que cette diffusion ait été prévue et réalisée sous forme d'un test – hors éditions papier et pages web traditionnelles des sites du média – via des « dark pages » n'y change rien, puisque les contenus produits de manière soutenue sur plusieurs mois étaient bien accessibles au public (via les moteurs de recherche) et hébergés dans l'espace rédactionnel web des médias du groupe sous la marque de ces derniers.

Il souligne que les rédactions doivent pouvoir garder la maîtrise de cet espace rédactionnel web et rappelle que le respect de la déontologie journalistique s'impose quel que soit le support utilisé (art. 7 du Code).

Par ailleurs, il relève que, puisque la mise en œuvre de ce test était susceptible d'engager la responsabilité des rédactions et que son résultat final entendait déterminer sur quels sujets elles pourraient écrire à l'avenir pour générer de l'audience, l'éditeur aurait également dû les consulter avant son lancement et les impliquer dans la réalisation de celui-ci. Ce faisant, il aurait permis à celles-ci d'exercer un contrôle sur les contenus publiés et, de la sorte, d'entourer son déroulement des garde-fous déontologiques nécessaires.

Le Conseil rappelle que les éditeurs doivent consulter leur rédaction sur toute question de nature à modifier fondamentalement la ligne éditoriale ou l'organisation des rédactions.

Les art. 9 (liberté rédactionnelle) et 11 (indépendance) du Code n'ont pas été respectés.

4. **Deuxièmement**, le Conseil retient que l'éditeur a fait passer des contenus produits par un outil technologique, non contrôlés – c'est-à-dire vérifiés, recoupés ou traités – par la rédaction, pour des contenus résultant d'un travail rédactionnel, au détriment même des principes de recherche et respect de la vérité régissant le travail journalistique. Que ces contenus aient consisté principalement en la traduction d'articles émanant d'autres médias n'y change rien, dès lors que leur origine n'était pas mentionnée – en contravention avec les dispositions déontologiques relatives au plagiat (art. 19 et point 12 de l'Avis général du 9 septembre 2020 sur ce principe) – et que l'IA leur conférait une apparence nouvelle et une crédibilité.

A ce titre, il considère que le média a non seulement trompé gravement le public sur la nature et la valeur exactes de ces contenus, mais a également porté atteinte à la crédibilité et à la fiabilité du travail de ses rédactions ainsi qu'à l'image de la profession.

Le Conseil souligne encore que signaler en commentaire que l'intelligence artificielle avait servi à fabriquer ces contenus – comme l'éditeur l'a fait peu après les révélations de VRT nws (avant finalement de les supprimer) –, ne suffisait pas à rencontrer les impératifs de responsabilité sociale inhérente à la profession : les contenus produits par l'IA non relus, non validés par la rédaction ne peuvent en aucun cas rencontrer les critères d'une information journalistique et *a fortiori* d'une information de qualité déontologique.

Le préambule (responsabilité sociale) et les art. 1 (recherche et respect de la vérité / vérification / honnêteté / mention des sources), 3 (omission / déformation d'information), 4 (prudence) et 19 (plagiat) du Code n'ont pas été respectés.

5. **Troisièmement**, le Conseil relève que l'utilisation de faux profils présentés comme journalistiques (utilisation de photos issues de l'IA ; création de profils professionnels fictifs mais suffisamment pointus et

crédibles) a pu faire croire que lesdits contenus avaient été élaborés par des professionnels responsables, maîtrisant les règles déontologiques de leur fonction, ce qui visait à leur conférer une crédibilité accrue. Il constate qu'un tel procédé induit le public en erreur, tant sur l'existence réelle de ces auteurs que sur l'origine et la qualité de l'information prétendument signée par eux. Il estime qu'il s'agit là d'une méthode particulièrement malhonnête et déloyale vis-à-vis du public et de la profession en ce qu'elle porte préjudice à la crédibilité même du travail journalistique, et à l'intégrité de toute la fonction.

Le préambule (responsabilité sociale) et les art. 1 (respect de la vérité / honnêteté / mention des sources), 3 (déformation d'information) et 17 (méthodes loyales) du Code n'ont pas été respectés.

6. Il observe que, même s'il indique ne pas avoir eu connaissance de l'utilisation « abusive » de l'intelligence artificielle dans le cadre de ce test, l'éditeur ne peut se défaire de sa responsabilité sur la cellule Tech & Business à l'origine de ces publications : il ne pouvait en effet ignorer que cette cellule – composée d'une seule personne – publiait des contenus d'apparence journalistique générés par l'intelligence artificielle puisque, d'une part, le but du test était de déterminer des sujets que le public trouvait attractifs, d'autre part, que les activités de ladite cellule, qui engendraient nécessairement des coûts, devaient selon toute évidence être préalablement validées par sa direction.

Même s'il fallait considérer que l'éditeur ait tout ignoré de ces contenus, le CDJ estime que cela ne l'exonérerait pas de sa responsabilité éditoriale, non délégable – même expérimentalement – à une entité autre que rédactionnelle.

Le préambule (responsabilité sociale) du Code n'a pas été respecté.

7. Le CDJ constate qu'à la suite des révélations de VRT nws, l'éditeur a décidé de procéder à la suppression pure et simple des contenus – et des faux profils –, après avoir brièvement ajouté sous les articles qu'ils étaient générés par l'IA (cf. *supra*).

Notant que ces contenus avaient été présentés comme journalistiques pour le public et qu'ils avaient donc pu être considérés par ce dernier comme résultant d'un travail de la rédaction, il estime qu'il aurait fallu, d'une part, que la décision de cette suppression relève de l'exercice de la liberté éditoriale des rédactions (le retrait de contenus journalistiques ne pouvant être dicté par une quelconque influence, pression ou demande d'une personne extérieure à celles-là, en ce compris l'éditeur), d'autre part, que celles-ci veillent à informer le public, en toute transparence, sur les raisons les ayant poussées à procéder de la sorte. Sur ce point, il considère que les réponses de l'éditeur aux sollicitations des confrères et consœurs qui faisaient suite aux révélations de VRT nws, ne remplaçaient pas l'information qu'il aurait pu donner dans ses magazines (papier ou en ligne), à ses publics, sur le sujet.

8. Bien qu'il retienne la bonne volonté de l'éditeur à renforcer ses règles en matière d'utilisation de l'intelligence artificielle, notamment l'élaboration d'une charte à l'égard de laquelle il a émis quelques recommandations, le CDJ constate que la procédure interne mise en place consécutivement aux révélations de VRT nws et à cette autosaisine pour éviter de tels dérapages à l'avenir reste fragile.

Ainsi, il attire l'attention de l'éditeur sur le fait que son organisation interne doit permettre au contrôle rédactionnel de s'exercer sur l'ensemble des contenus publiés, et *de facto* sur le respect de la déontologie qu'il entraîne.

Il signale à l'éditeur qu'il sera particulièrement attentif, à l'avenir, à la manière dont celui-ci répondra à ces obligations, qui sont inhérentes à la responsabilité sociale résultant de la diffusion d'information. Il le sera d'autant plus qu'il a constaté que, dans sa défense, le média minimisait visiblement la gravité des manquements déontologiques liés au test.

Décision : la plainte est fondée.

Proposition de recommandation

Le CDJ rappelle aux médias et aux journalistes qu'il en va de l'intelligence artificielle comme des autres outils dont ils disposent : leur utilisation intervient dans le cadre d'un traitement journalistique, sur lequel les journalistes doivent garder le contrôle.

Cette utilisation doit se conformer aux principes de déontologie, particulièrement en matière de responsabilité sociale (préambule du Code), vérification (art. 1), liberté rédactionnelle (art. 9), indépendance (art. 11), mention des sources (art. 1), méthodes loyales (art. 17) et interdiction de plagiat (art. 19).

Les rédactions veilleront à informer en toute transparence leurs publics des dispositions internes réglant leur usage et leurs pratiques en la matière.

Pour autant que nécessaire, il rappelle que le recours à de faux profils présentés comme journalistiques est prohibé.

Demande de publication :

A l'instar de l'engagement pris par les médias membres de l'AADJ, le CDJ invite Ventures Media à publier pendant 48 heures, dans les 7 jours de l'envoi de la décision, le texte suivant, en page d'accueil, sur le site de l'ensemble de ses magazines francophones.

Texte pour la page d'accueil du site

CDJ – Plainte fondée c. Ventures Media

Ventures Media a enfreint gravement la déontologie en diffusant sur ses sites médias des contenus générés par l'intelligence artificielle, signés par de faux profils de journalistes

Le Conseil de déontologie journalistique a constaté ce 18 mars que Ventures Media avait gravement enfreint les règles de déontologie journalistique en publiant dans le cadre d'un test, sur les sites de ses différents magazines, pendant plusieurs mois et en dehors de tout contrôle de ses rédactions, des contenus générés par l'intelligence artificielle, signés par des journalistes dont les profils avaient été créés de toutes pièces. Le CDJ a constaté, premièrement, que l'éditeur avait négligé le respect élémentaire du principe d'indépendance en privant les rédactions de toute information utile et de possibilité d'intervention sur ces contenus. Il a considéré, deuxièmement, qu'en faisant passer des contenus produits par un outil technologique, non contrôlés – c'est-à-dire vérifiés, recoupés ou traités – par la rédaction, pour des contenus résultant d'un travail rédactionnel, il avait non seulement trompé gravement le public sur la nature et la valeur exactes de ces contenus, mais également porté atteinte à la crédibilité et à la fiabilité du travail de ses rédactions ainsi qu'à l'image de la profession. Troisièmement, le Conseil a relevé que l'utilisation de faux profils présentés comme journalistiques induisait le public en erreur, tant sur l'existence réelle de ces auteurs que sur l'origine et la qualité de l'information prétendument signée par eux et a estimé qu'il s'agissait là d'une méthode particulièrement malhonnête et déloyale vis-à-vis du public et de la profession en ce qu'elle portait préjudice à la crédibilité même du travail journalistique, et à l'intégrité de toute la fonction.

La décision complète du CDJ peut être consultée [ici](#).

La composition du CDJ lors de la décision :

La décision a été prise par consensus. Il n'y a pas eu de déport.

Ont pris part à la décision :

Journalistes

Thierry Couvreur
Arnaud Goenen
Véronique Kiesel
Michel Visart
Thierry Dupièrreux
Michel Royer

Éditeurs

Catherine Anciaux
Arnaud Gabriel
Harry Gentges
Bruno Clément
Pauline Steghers

Rédacteurs en chef

Martial Dumont
Alexandra De Paepe

Société civile

Jean-Jacques Jespers
Wajdi Khalifa

Caroline Carpentier
Laurence Mundschau

Ont participé à la discussion : Eric Walravens, Colette Braeckman, Baptiste Hupin, Olivier Charles, Marc de Haan, François Debras et Delphine Michel.

Muriel Hanot
Secrétaire générale

Michel Royer
Président