



**Avis du Conseil de déontologie journalistique
du 12 septembre 2012**

plainte 12 – 10

X. c. Maleux / RTBF (JT)

Confusion publicité – journalisme ; traitement journalistique

Origine et chronologie :

Le 10 mars 2012, M. X. introduit une plainte au CDJ contre une séquence du JT RTBF de 19h30, le 28 février, consacrée à l'émission de divertissement *The Voice*. La plainte comporte deux parties : l'une, d'ordre déontologique, concerne le CDJ ; l'autre est de la compétence du CSA et sera traitée par lui.

Le plaignant a demandé l'anonymat. Le CDJ a estimé que l'argument invoqué pour ce faire n'était pas suffisant. Le plaignant a renoncé à sa plainte mais le dossier est resté ouvert. En effet, le CSA a demandé l'avis du CDJ sur le volet déontologique de la plainte, conformément à l'art. 4 § 2 du Décret du 30 avril 2009.

La plainte est dirigée contre la présentatrice du JT du 28 février 2012 à 19h30, à savoir Nathalie Maleux, et contre la RTBF. Il revenait au CDJ de déterminer la part de responsabilité de chacun et de formuler son avis en conséquence.

La RTBF et la journaliste ont été averties le 21 mars. La première a fait connaître ses arguments le 20 avril. Nathalie Maleux a fait savoir qu'elle ne s'estime pas responsable de la séquence mise en cause et qu'elle s'étonne de voir la plainte dirigée contre elle.

Le 18 avril, la plainte a été présentée une première fois au CDJ. Une commission d'instruction a été créée. Le 12 septembre, le CDJ a décidé de l'orientation de l'avis dont la formulation définitive a été approuvée le 17 octobre.

Les faits :

Le 28 février était la date du premier direct du télé-crochet *The Voice*, diffusé par la RTBF. Le JT qui précédait contenait une séquence consacrée à cette première. Au cours de cette séquence, la présentatrice a annoncé l'émission prévue en direct après le JT et la possibilité pour le public de voter (confirmé par un bandeau *A vous de décider*). Des images sans commentaires des répétitions ont été diffusées pendant 42 secondes. La présentatrice s'est ensuite adressée à Maureen Louys, animatrice en studio à Liège en soulignant que pour la 1^e fois, le public aurait son mot à dire.

Maureen Louys a pris alors la parole pendant 2'13 min et s'est adressée au public. Son intervention enthousiaste était accompagnée d'applaudissements et de cris du public suscités par l'animatrice qui a fait applaudir les « coachs » ainsi qu'un invité. A deux reprises, elle a signalé au public qu'il peut voter. Maureen Louys a conclu son intervention en rappelant le rendez-vous de 20h15. N. Maleux a assuré la transition avec la suite du journal par les mots: « *le rendez-vous est pris, merci Maureen* ». Des informations reçues au CDJ indiquent que le déroulement de la séquence n'était pas exactement celui prévu par la rédaction.

Demande de récusation : N.

Les arguments des parties :

Le plaignant (résumé des arguments de la plainte initiale qui a donné lieu à la saisine du CSA et du CDJ) :

Se référant à la directive du CDJ à propos de la distinction entre journalisme et publicité, le plaignant estime qu'on se trouve ici dans une démarche d'autopromotion et non d'information. Or, si l'autopromotion est permise aux journalistes sous conditions, elle reste une forme de publicité qui n'a pas sa place dans les émissions d'information.

Il n'y a pas de traitement journalistique dans ce cas, pas de contenu informatif original mais au contraire un message incitatif à regarder et à voter, message qui n'a pas sa place dans un JT.

La RTBF (résumé) :

La RTBF considère que la séquence respecte la déontologie journalistique parce qu'elle porte sur un événement d'actualité dont la RTBF est libre de préciser et la place et la valeur. De plus, *The Voice* a fait la une de la presse écrite (quotidienne et magazine), sans parler de la presse électronique, ce qui prouve indubitablement son caractère d'information au sens journalistique du terme : l'info n'est pas que l'actualité politique, sociale ou économique; elle peut être ludique et de divertissement. Pour ce type d'événement, on ne voit pas très bien comment la RTBF aurait pu construire autrement sa séquence : à l'instar, par ex., d'un concert ou d'une compétition sportive, elle était en direct sur le lieu de l'événement, à quelques minutes de son commencement. Enfin, cette séquence constitue l'avant-dernière du JT du jour ; elle annonce le programme qui va être diffusé après le JT, de la même manière que la RTBF le fait, par ex., pour un *Questions à la une*. »

Tentatives de médiation :

Avis

Les réflexions du CDJ

1. Dans le cas d'espèce, la responsabilité individuelle de la présentatrice du JT, Nathalie Maleux, n'est pas en cause. Si responsabilité il y a, c'est celle de la RTBF en tant que telle.
2. Il était légitime de faire du premier direct de *The Voice* un sujet du journal télévisé de la RTBF. Le fait que d'autres médias en aient parlé indique que le sujet constituait ce jour-là un fait d'actualité.
3. La longueur de la séquence et son placement dans le sommaire du JT ne constituent pas, en soi, des enjeux d'ordre déontologique. Ils relèvent de l'autonomie rédactionnelle tant qu'aucune autre norme déontologique n'est mise en cause.
4. Le devoir n° 10 de la Déclaration des devoirs et des droits des journalistes prévoit de « *refuser toute pression et n'accepter de directive rédactionnelle que des responsables de la rédaction* ». La RTBF affirme que la manière de traiter le sujet a été librement décidée en rédaction sans pression extérieure à celle-ci. Aucun élément factuel avéré ne permet de mettre cette affirmation en doute.
5. Dans le cas d'espèce, le débat porte d'abord sur le caractère promotionnel ou informatif de cette séquence telle qu'elle s'est déroulée dans l'émission d'information emblématique qu'est le Journal télévisé. L'émission *The Voice* n'est ni une émission d'information ni une émission à vocation humanitaire ou sociale. Le fait qu'il s'agisse d'autopromotion est secondaire. L'article 12 de la Directive relative à la distinction entre publicité et journalisme (CDJ, 2010) indique que « *La participation de journalistes à de la publicité ou de la promotion pour leur propre média est tolérée, à condition d'être clairement distincte des tâches d'information.* »
6. La manière dont la séquence s'est déroulée, avec les aléas du direct, ne correspond pas entièrement à ce qui était prévu. Le monologue de l'animatrice a, selon diverses sources, échappé à la conduite envisagée. Tel qu'il a été diffusé, ce sujet se situe à la limite entre la

promotion pour un produit de la chaîne et le traitement journalistique d'une information. Un certain nombre d'éléments indiquent un caractère promotionnel : ton publicitaire, applaudissements par le public artificiellement suscités, appels à voter (sans indication du coût)... par Maureen Louys. D'autres témoignent d'un traitement journalistique au moins partiel du sujet : la diffusion d'extraits des répétitions qui ont fait l'objet d'un montage et la question initiale posée par la présentatrice.

Le devoir n° 9 de la Déclaration des devoirs et des droits des journalistes prescrit de « *ne jamais confondre le métier de journaliste avec celui du publicitaire ou du propagandiste* ». Le critère qui différencie les deux est celui du traitement journalistique qui se caractérise par une démarche de sélection de l'information, par sa hiérarchisation, par sa mise en forme, par le respect de la déontologie, par de la prise de distance... La Directive relative à la distinction entre publicité et journalisme (CDJ 2010) prévoit dans son article 3 que « *L'indépendance d'esprit et la distance critique sont des conditions d'exercice du journalisme* ». Ce traitement journalistique est cependant difficile à mesurer par des critères quantitatifs.

7. Dans ces conditions, le CDJ ne constate pas dans cette séquence de manquement manifeste à la déontologie journalistique.

La décision : la plainte n'est pas fondée.

Les opinions minoritaires :

Deux membres, MM. Marc de Haan et Jérémie Detober, ont exprimé l'opinion minoritaire suivante :

Le journal télévisé était parfaitement fondé à traiter de l'émission *The Voice*, qui constitue un fait d'intérêt général, et ne le serait-il pas, la liberté de son choix éditorial doit être respectée. Toutefois en raison du caractère très particulier de la séquence incriminée, il convient d'établir si elle constitue un élément d'information ou d'autopromotion. Par sa position au cœur d'un journal télévisé, sans qu'elle soit identifiable autrement par un générique de début et de fin, son lancement par la journaliste présentatrice comme un duplex avec un journaliste de terrain, cette séquence ne peut avoir d'autre statut a priori que séquence d'information.

Pour que cette séquence relève de l'information, elle doit en outre faire l'objet d'un traitement journalistique. Or l'intervention journalistique s'arrête dès l'instant où commence le duplex, c'est à dire la liaison en direct avec le plateau de l'émission *The Voice*. Cette séquence de 2 minutes 13 secondes est réalisée sans aucune contribution de journaliste, elle est présentée par une animatrice qui recourt exclusivement aux codes narratifs de l'animation, en rien au récit journalistique. Elle agit comme une parenthèse dans le journal télévisé, où l'animatrice décrit l'émission de variété et ses intervenants, les fait applaudir, et à deux reprises appelle les téléspectateurs à voter, sans mentionner du reste que les sms de vote sont surtaxés.

Pour que cette séquence relève de l'information journalistique, il eut fallu à tout le moins que son auteur observe une certaine distance par rapport à son sujet plutôt qu'en faire une promotion sans réserve. Au sens que lui donne la RTBF elle-même dans son code de déontologie (chapitre II, A 17 à 21), un travail journalistique aurait dû être fait dans un esprit d'objectivité, ce qui requiert entre autres une information multilatérale, de la compétence, du sens critique, la fidélité à la réalité des faits, la recherche de la vérité, le reflet impartial des opinions. On est ici aux antipodes du travail journalistique, dans la concession d'un espace de promotion d'une émission de variété au sein du journal télévisé.

Par référence à la directive du CDJ sur la distinction entre la publicité et l'information (article 8), on doit considérer la possibilité pour le journaliste de collaborer à la publicité pour son propre média à condition que cette promotion soit clairement distincte de l'information et qu'il n'y soit pas contraint. Il a été démontré que la distinction n'est établie par aucun moyen de forme ou de contenu. Le prescrit déontologique n'est donc pas respecté.

L'instruction a montré que cette séquence a en quelque sorte échappé au contrôle journalistique, prenant son autonomie au sein du journal télévisé par sa dynamique propre. Dès lors aucun journaliste, en particulier pas la présentatrice du journal, ne peut être incriminé. Toutefois il est de la

responsabilité de la RTBF de s'assurer que la rédaction garde la maîtrise totale de son journal télévisé, et d'en organiser les séquences en sorte de prévenir pareil dérapage. Pour le surplus, le responsable éditorial en régie doit avoir la capacité de donner durant le direct des injonctions par oreillette à l'animatrice en duplex, ainsi que d'enjoindre au réalisateur de revenir en plateau pour permettre à la journaliste-présentatrice de reprendre la contrôle de la séquence.

La plainte n'est pas fondée en ce qui concerne Nathalie Maleux et fondée en ce qui concerne la RTBF.

La publicité demandée : N.

La composition du CDJ lors de l'approbation de l'avis :

Journalistes

Marc Chamut
Dominique Demoulin
François Descy
Bruno Godaert
Alain Vaessen
Martine Vandemeulebroucke

Editeurs

Margaret Boribon
Jean-Pierre Jacqmin
Laurent Haulotte
Philippe Nothomb

Rédacteurs en chef

Yves Thiran

Société Civile

David Lallemand
Jean-Marie Quairiat

Ont également participé à la discussion :

P. Loppe, J. Detober, G. Lefèvre, J-F. Dumont, C. Anciaux, G. Willocq.

André Linard
Secrétaire général

Marc Chamut
Président