



**Avis du Conseil de déontologie journalistique
du 17 octobre 2012**

plainte 12 – 16

**Hennebert c. *Paris Match Belgique*, Gronemberger, Fontana,
Langendries et RTBF**

Confusion entre publicité et journalisme

Origine et chronologie :

Le 10 avril 2012, M. B. Hennebert introduit une plainte au CDJ contre la RTBF et les journalistes Ophélie Fontana et Vincent Langendries. En cause, un reportage publié dans *Paris Match Belgique* le 5 avril 2012 et consacré au couple que les journalistes forment. Pour traiter correctement la plainte, le CDJ a estimé nécessaire d'associer à la cause l'hebdomadaire *Paris Match Belgique* et le journaliste auteur du reportage, Michel Gronemberger.

Le 16 mai, la plainte a été présentée une première fois au CDJ. Une commission d'instruction a été créée qui a rencontré Marc Deriez (rédacteur en chef de *Paris Match Belgique*), Stéphane Hoebeke (service juridique de la RTBF) et les journalistes Ophélie Fontana et Vincent Langendries. M. Gronemberger n'a répondu à aucune courrier du CDJ.

Les faits :

Le 5 avril, *Paris Match Belgique* publie un reportage de Michel Gronemberger réalisé à l'île Maurice. Le sujet en est le couple Ophélie Fontana - Vincent Langendries, tous deux journalistes à la RTBF. Textes et images font la part belle à la mise en valeur d'un hôtel, d'une compagnie aérienne, d'un joaillier, etc.

Le reportage est composé d'une photo et une accroche en couverture ; de 11 pages de photos accompagnées de légendes vantant l'hôtel, les bijoux, les vêtements... dans lesquels évoluent les journalistes ; et de 3 pages d'interview du couple avec, au bas de la dernière page, des remerciements à une série de fournisseurs de biens et de services.

Il découle des informations recueillies que les deux journalistes ont eu connaissance de l'interview à publier mais pas des légendes et des remerciements finaux et qu'ils ont averti relativement tard les responsables de leur rédaction.

Demande de récusation : N.

Les arguments des parties :

Le plaignant (in extenso) :

Le « métier » sait bien que la tradition est que « *Paris Match* » offre, directement ou non, le voyage aux touristes en échange de la séance photo sur une île lointaine, à condition, bien sûr, que la personnalité (en un mot) de ceux-ci attire l'intérêt de très nombreux lecteurs.

Qu'en est-il pour Ophélie Fontana et Vincent Langendries, les deux journalistes du service public RTBF, qui furent accord, suppose-t-on, que soit affichée leur vie privée à la « une » et sur 14 pages

de ce magazine, dans son éditions de la semaine pascale de 2012 ?

Le 6 avril 2012, dans « La Libre », quotidien appartenant au même groupe financier, à propos de ce « *reportage photo qui n'est pas passé inaperçu* », indique en page 48 : « *Le hic? C'est que tout cela ressemble fort à un publi-reportage pour l'hôtel qui les a reçus à l'île Maurice ou pour un bijoutier bruxellois dont la belle porte si bien le collier... dans la piscine* ».

- Les journalistes ou/et les animateurs de la RTBF peuvent-ils faire « des ménages » ou se livrer à pareilles entreprises ? Avec ou sans l'accord de leur direction ?

- Pareille attitude valorise-t-elle ou non l'image du Service public ?

- Serait-il légalement possible d'envisager une phrase dans le prochain contrat de gestion de la RTBF 2013 qui interdise pareille pratique ?

La RTBF (résumé) :

Dans un premier temps (8 juin 2012), la RTBF a dit avoir été informée oralement et partiellement du projet d'article (axé sur la vie privée des deux journalistes et non sur leur activité professionnelle) par *Paris Match*. Elle n'a pas été informée du contenu détaillé de l'article ou de ses conditions de réalisation. Cette publication est une initiative de l'éditeur de *Paris Match* dont il doit assumer seul la responsabilité éditoriale.

Plus tard (31 août 2012), la RTBF a précisé qu'elle n'a pas à juger le contenu de la publication en cause, qui s'inscrit dans les usages de la presse magazine centrée sur les stars et les peuples et qu'en toutes hypothèses, à aucun moment, Ophélie Fontana et Vincent Langendries n'ont accepté ou autorisé une utilisation ou une récupération publicitaire de leur image ou de leurs propos.

Enfin, devant la commission d'instruction, la RTBF a ajouté qu'il ne peut s'agir ici d'un publi-reportage de la part des deux journalistes puisque c'est leur vie privée qui est concernée. Des produits sont présentés mais sans contrepartie pour eux. De son côté, la RTBF a donné son accord pour le principe du reportage à la demande de *Paris Match*.

Les deux journalistes (résumé) :

Ils disent avoir toujours respecté les règles du métier. Ici, ils ont répondu à une demande de *Paris Match* qui impliquait un voyage rapide à l'île Maurice. Ils n'ont bénéficié d'aucun avantage matériel. Tous les objets leur ont été prêtés. Les légendes de photos ne sont pas de leur responsabilité. Ils ajoutent avoir l'impression d'être pris pour cibles par des jaloux alors qu'ils ne sont pas les seuls à faire ce genre de chose. Ils n'ont pas eu connaissance des légendes et des crédits (repris en petits caractères à la fin de la dernière page de l'article) avant la publication.

Paris Match Belgique (résumé) :

Selon Marc Deriez, des reportages de ce genre sont courants dans un journalisme qui évolue et sont nécessaires pour donner une atmosphère qui fasse rêver le public. Cela ne se fait pas au mépris de la déontologie. Il fallait un beau décor mais ce n'est pas du placement de produit.

Ici, le journaliste a proposé un ensemble « clé en mains » et a été rémunéré en conséquence. Comme rédacteur en chef, Marc Deriez ne sait rien de ce que le journaliste a convenu mais il sait que *Paris Match* n'a en rien été payé par les firmes concernées. Ophélie Fontana et Vincent Langendries sont certes des journalistes mais ils ont été traités ici comme d'autres personnalités.

Des firmes ont été sollicitées pour prêter des objets mais sans contrat entraînant l'obligation de parler d'elles. Les remerciements sont normaux. Les légendes ont été rédigées par le rédacteur en chef.

Tentatives de médiation : N.

Avis

Les réflexions du CDJ

Deux des trois questions soulevées par le plaignant n'entrent pas dans les compétences du Conseil de déontologie journalistique : celles relatives au contrat de gestion de la RTBF et à l'image du service public. La troisième question portant sur les « ménages » que les journalistes sont autorisés à réaliser relève, elle, de la déontologie.

La Directive sur la distinction entre publicité et information (CDJ, 2010) énonce : « *Les journalistes sont autorisés à mener des activités au service de tiers dans la mesure où celles-ci ne portent pas atteinte à leur indépendance. Les critères de l'atteinte à l'indépendance tiennent à la nature de l'activité, à son caractère ponctuel ou non ou, à sa durée, au type de rémunération et à l'autonomie d'expression des journalistes.* » (art.9). Cet article ne s'applique cependant pas en l'espèce. Si

l'invitation au voyage constitue bien un avantage matériel, elle ne porte pas atteinte à l'indépendance des journalistes concernés dans leur travail journalistique, qui n'est pas visé par ce dossier. La même directive prévoit que « *Les journalistes évitent toute confusion entre leur activité et celle du publicitaire ou du propagandiste. Ils s'interdisent de prêter leur collaboration et a fortiori leur voix, leur nom et/ou leur qualité de journaliste à des annonces publicitaires commerciales ou non-commerciales.* » (art. 8). Il faut donc déterminer ici si le reportage publié par *Paris Match Belgique* peut être assimilé à un publiereportage, à savoir une démarche publicitaire présentée comme information journalistique.

Une série d'éléments (choix de photos, légendes, « partenariats » avec des entreprises commerciales) ont pu susciter dans le public une confusion entre publicité et journalisme. Les explications fournies par le rédacteur en chef quant à la nécessité de faire rêver le lectorat ne constituent pas un argument suffisant pour justifier une telle confusion. Paris-Match Belgique a commis de ce fait un manquement à la déontologie.

Le journaliste auteur du reportage, Michel Gronemberger, n'a répondu à aucune demande d'explications du CDJ. Il ressort de l'audition par la commission d'instruction qu'il a fourni un reportage « clé en mains » à *Paris Match*. Cela signifie que c'est lui qui en a déterminé les modalités d'organisation et donc aussi le type de collaboration avec les partenaires commerciaux. Il est donc lui aussi responsable d'un manquement à la déontologie du fait de cette confusion entretenue entre publicité et journalisme dans le reportage qu'il a réalisé.

L'audition a fait apparaître que si Ophélie Fontana et Vincent Langendries ont bien été informés avant publication du contenu du reportage et de l'interview, ils ne l'ont pas été à propos des aspects problématiques dans le reportage publié, à savoir le choix des photos, la mise en page et les légendes. La responsabilité de ces éléments ne peut leur être imputée.

Toutefois, les journalistes ne pouvaient raisonnablement ignorer la nature du reportage auquel ils ont été invités et qui fait continuellement référence à des produits et à des marques dans une perspective promotionnelle. En acceptant d'y participer, y compris au vu de la manière dont leur séjour à l'île Maurice s'est déroulé, ils ont prêté leur collaboration, leur nom et leur qualité de journalistes à de la publicité. Même si le fait de former un couple relève de la vie privée, le reportage n'aurait pas eu lieu s'il ne s'agissait d'un couple de journalistes connus en raison de leur activité professionnelle. O. Fontana et V. Langendries ont ainsi pris le risque de répandre une image négative de la profession journalistique dans son ensemble. Il y a aussi manquement à la déontologie journalistique de leur part.

Par contre, aucun élément disponible n'indique une faute déontologique de la RTBF en tant que telle, qui n'a été informée que partiellement de ce qui allait être publié.

Décision : la plainte, telle que formulée par M. Hennebert, n'est pas fondée en ce qui concerne la RTBF. Mais le Conseil de déontologie considère qu'il y a eu manquement déontologique de la part de *Paris Match Belgique*, de Mme Ophélie Fontana et de MM. Michel Gronemberger et Vincent Langendries.

Opinions minoritaires

M. Daniel Fesler a formulé l'opinion minoritaire suivante :

Je formule une opinion minoritaire concernant les cas de Madame Ophélie Fontana et Monsieur Vincent Langendries.

Ainsi qu'il a été constaté par le CDJ, ceux-ci n'ont pas agi en qualité de journalistes mais ont prêté leur concours à une opération publicitaire. Il convient dès lors d'examiner si, de ce fait, ils ont néanmoins manqué à leurs obligations déontologiques en tant que journalistes.

Suivant la directive adoptée par le CDJ en 2010 sur les distinctions entre publicité et information, « *Les journalistes sont autorisés à mener des activités au service de tiers dans la mesure où celles-ci ne portent pas atteinte à leur indépendance. Les critères de l'atteinte à l'indépendance tiennent à la nature de l'activité, à son caractère ponctuel ou non ou, à sa durée, au type de rémunération et à l'autonomie d'expression des journalistes.* » (art.9). La même directive énonce que : « *Les journalistes évitent toute confusion entre leur activité et celle du publicitaire ou du propagandiste. Ils s'interdisent de prêter leur collaboration et a fortiori leur voix, leur nom et/ou leur qualité de journaliste à des annonces publicitaires commerciales ou non-commerciales.* » (art. 8).

Des faits rapportés constatés par le CDJ, il ne me paraît pas ressortir que Madame Fontana et Monsieur Langendries aient manqué à leur devoir d'indépendance.

Compte tenu de l'objet du reportage, il ne me paraît pas plus qu'ils aient entretenu une confusion entre leurs activités de journalistes, qui n'étaient pas en cause en l'espèce, et celles de publicitaires ou de propagandistes.

Si, littéralement, ils ont effectivement prêté – ponctuellement – leur collaboration à un reportage promotionnel, j'interprète la directive du CDJ sur ce point comme prohibant une telle collaboration lorsque celle-ci est de nature à induire une confusion entre une activité journalistique et une activité publicitaire ou propagandiste.

J'en conclus qu'il ne peut être reproché à Madame Fontana et Monsieur Langendries d'avoir manqué à leurs devoirs déontologiques. La plainte formulée à l'encontre de Madame Fontana et Monsieur Langendries n'est donc pas fondée.

M. François Descy a formulé l'opinion minoritaire suivante

Le doute doit profiter à « l'accusé ». O. Fontana et V. Langendries ont été invités par Paris Match à l'Ile Maurice. Ils n'avaient pas à se poser la question du financement de ce voyage. Des journalistes sont régulièrement invités à des déplacements d'ordre humanitaire, politique, touristique... et ils doivent simplement veiller à ce que rien n'entrave leur indépendance d'esprit. O. Fontana et V. Langendries ont expliqué qu'ils ne pouvaient imaginer que l'invitation les entraînerait dans un publiereportage. S'ils s'en sont rendu compte sur place, il était trop tard pour faire marche arrière. Il n'y a donc pas de manquement à la déontologie de leur part.

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
Jean-François Dumont

Editeurs

Catherine Anciaux
Marc de Haan
Dominique d'Olne
Philippe Nothomb
Alain Lambrechts

Rédacteurs en chef

Martine Maelschack

Société Civile

Nicole Cauchie
David Lallemand
Edouard Delruelle
Daniel Fesler
Marc Swaels
Jean-Jacques Jaspers

Ont également participé à la discussion :

P. Loppe, J. Detober, G. Lefèvre J-P. van Grieken, J. Baete, P. Verjans.

Stéphane Rosenblatt et Grégory Willocq se sont déportés.

André Linard
Secrétaire général

Marc Chamut
Président