

# **Collège d'autorisation et de contrôle**

## **Décision du 28 mars 2013**

**(Dossier d'instruction n° 11-12)**

En cause la Radio-télévision belge de la Communauté française - RTBF, dont le siège est établi Boulevard Reyers, 52 à 1044 Bruxelles ;

Vu le décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, et en particulier les articles 136, § 1<sup>er</sup>, 12<sup>e</sup> et 159 à 161 ;

Vu le décret du 30 avril 2009 réglant les conditions de reconnaissance et de subventionnement d'une instance d'autorégulation de la déontologie journalistique, et en particulier son article 4, § 2 ;

Vu l'avis rendu le 12 septembre 2012 par le Conseil de déontologie journalistique sur demande du CSA ;

Vu le rapport d'instruction établi par le secrétariat d'instruction du Conseil supérieur de l'audiovisuel ;

Vu les griefs notifiés à la RTBF par lettre recommandée à la poste du 24 janvier 2013 « *d'avoir diffusé sur La Une, dans le journal télévisé de 19h30 du 28 février 2012 :*

*une séquence ne respectant pas l'article 14, § 1<sup>er</sup> du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels ;*

*une séquence ne respectant pas l'article 18, § 3 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels ;* »

Vu le courrier adressé par l'éditeur au CSA le 5 février 2013 ;

Vu l'absence de l'éditeur en la séance du 7 mars 2013 ;

Entendu M. André Linard, secrétaire général du Conseil de déontologie journalistique, en la séance du 14 mars 2013.

### **1. Exposé des faits**

Le 13 mars 2012, le Secrétariat d'instruction reçoit une plainte relative à une séquence diffusée pendant le journal télévisé de 19h30 du 28 février sur La Une, consacrée à l'émission « The Voice Belgique », elle-même programmée immédiatement après le JT. La plaignante estime que cette séquence constitue d'une part une faute déontologique, d'autre part une autopromotion interdite dans les JT.

Suite à cette plainte, le Secrétariat d'instruction visionne la séquence concernée du JT. Elle est d'abord annoncée dans les titres. Le sujet lui-même est divisé en deux parties. La première consiste en un extrait des répétitions, sous forme d'une succession d'images non commentées de candidats en train de chanter. La seconde est un duplex en direct depuis le studio où aura lieu le live. Dans cette séquence, l'animatrice fait un éloge soutenu de l'émission.

Le 16 mars 2012, le Secrétariat d'instruction sollicite l'avis du Conseil de déontologie journalistique (ci-après « le CDJ »), conformément à l'article 4, §§ 1<sup>er</sup> et 2 du décret du 30 avril 2009 réglant les

conditions de reconnaissance et de subventionnement d'une instance d'autorégulation de la déontologie journalistique.

Le 23 mars 2012, le CDJ accuse réception de la plainte et informe le Secrétariat d'instruction que la plaignante s'est également directement adressée à lui.

Le 26 octobre 2012, le CDJ informe le Secrétariat d'instruction qu'il a adopté, le 17 octobre, la formulation définitive de son avis dont l'orientation avait déjà été approuvée le 12 septembre. Cet avis est joint au courrier. Il conclut au fait que la séquence litigieuse ne comportait pas de « *manquement manifeste* » à la déontologie journalistique et que la plainte contre la RTBF n'est pas fondée. Il comporte cependant une opinion minoritaire, formulée par deux membres, qui considèrent que la plainte envers la RTBF était fondée.

Le 30 octobre 2012, le Secrétariat d'instruction informe la RTBF de l'ouverture d'une instruction et l'invite à lui faire connaître ses observations sous l'angle de la législation audiovisuelle, en particulier par rapport aux articles 14, § 1<sup>er</sup> et 18, § 3 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels.

La RTBF répond au Secrétariat d'instruction dans un courrier du 14 novembre 2012.

## **2. Argumentation de l'éditeur de services**

L'éditeur n'a pas comparu à l'audition à laquelle il avait été convoqué pour être entendu par le Collège.

Dans un courrier du 5 février 2013, il répondait en outre à sa convocation dans les termes suivants :

« *Je fais suite à votre courrier du 24 février 2013 dont le contenu n'a pas manqué de m'étonner.*

*En effet, vous devez savoir que le Conseil de déontologie journalistique, conformément au décret du 30 avril 2009, a rendu un avis définitif le 17 octobre 2012, concluant à l'absence de tout manquement à la déontologie journalistique.*

*Pour la RTBF, ce dossier est donc définitivement classé. »*

Le Collège ne dispose, dès lors, pour connaître la position de l'éditeur, que du courrier du 14 novembre 2012 qu'il a adressé au Secrétariat d'instruction.

Dans ce courrier, la RTBF conteste avoir commis une quelconque infraction légale et invoque trois arguments.

Premièrement, l'émission « The Voice » constituerait un sujet d'actualité, au même titre que des sujets d'actualité politique, sociale, ou économique. La preuve en est, selon la RTBF, que cette émission a fait la une de la presse papier et électronique.

Deuxièmement, selon la RTBF, il aurait été difficile de construire la séquence litigieuse autrement que par un duplex avec le plateau de l'émission « The Voice ». C'est en effet de cette manière, en étant en direct sur les lieux, que la RTBF traite par exemple les concerts ou les compétitions sportives.

Troisièmement, enfin, la séquence ne différerait pas des séquences du JT dans lesquelles la RTBF annonce parfois le programme qui va suivre le journal, comme elle le fait par exemple pour l'émission « Questions à la Une ».

### **3. Décision du Collège d'autorisation et de contrôle**

Selon l'article 14, § 1<sup>er</sup> du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels (ci après, « le décret ») :

*« La communication commerciale doit être aisément identifiable comme telle. Elle doit être nettement distincte des autres programmes ou séquences de programme grâce à des moyens optiques ou acoustiques clairement identifiables. »*

Par ailleurs, selon l'article 18, § 3 du même décret :

*« La publicité, le télé-achat et l'autopromotion ne peuvent être insérés dans les journaux télévisés, dans les programmes pour enfants, dans les retransmissions de cérémonies religieuses et laïques. »*

Selon la RTBF, la séquence incriminée ne constituerait pas de l'autopromotion mais bien un reportage à caractère rédactionnel. Elle ne serait donc pas soumise aux deux dispositions précitées.

Le Collège ne partage pas cette opinion.

Lorsqu'un éditeur présente l'un de ses propres programmes, il peut le faire de deux manières : soit dans une optique d'information, soit dans une optique de promotion. Dans ce second cas, l'on parle alors d'autopromotion, définie par l'article 1<sup>er</sup>, 3° du décret comme « tout message diffusé à l'initiative d'un éditeur de services et qui vise à promouvoir ses propres services, programmes ou des produits connexes directement dérivés de ses propres programmes ».

C'est donc le *caractère promotionnel* du message qui permet de faire la différence entre autopromotion et contenu rédactionnel.

Sur cette base, le Collège a, dans sa recommandation du 22 décembre 2011 relative à l'autopromotion<sup>1</sup>, défini la manière dont les éditeurs pouvaient – ou ne pouvaient pas – parler dans leurs journaux parlés et télévisés de leurs services, programmes et produits connexes. Les principes à respecter sont les suivants :

*« Le Collège est d'avis que ne constitue pas de l'autopromotion et dès lors peut être diffusée dans un journal télévisé ou parlé toute information sur un programme ou service associé de l'éditeur qui est traitée de manière équivalente par d'autres supports d'information générale. »*

*Par ailleurs le Collège considère que ne constitue pas de l'autopromotion toute présentation d'un programme que la rédaction a réalisé ou va diffuser pour autant que cette présentation du programme ou du sujet traité fasse l'objet d'un travail journalistique impliquant notamment un montage, des commentaires et une analyse critique et qu'elle ne soit ni annoncée dans les titres du journal ni n'ouvre le journal.*

*Par contre, de manière non limitative, relèvent de l'autopromotion et tombent par conséquent sous l'interdiction d'insertion dans les journaux télévisés :*  
*toute bande annonce ou toute image ou son pré-formatés à visée promotionnelle non accompagnés d'un traitement journalistique ;*

---

<sup>1</sup> <http://www.csa.be/documents/1674>

- tout slogan de type publicitaire assurant la promotion d'une émission, d'un service ou d'un produit connexe ;
- toute répétition abusive d'informations sur un même événement faisant l'objet d'un programme ou d'une initiative de l'éditeur ;
- toute incrustation ou autre procédé de présence visuelle ou sonore du nom de l'émission, du logo ou de son horaire ;
- tout abandon de la démarche journalistique telle que décrite dans les codes déontologiques.

*Lorsque l'autopromotion porte sur une action caritative reconnue, il en sera tenu compte dans l'application de la présente recommandation. »*

En l'espèce, l'éditeur se fonde sur deux éléments invoqués dans la recommandation pour présenter la séquence litigieuse comme purement rédactionnelle.

Tout d'abord, il relève que l'émission « The Voice » a fait l'objet d'un traitement journalistique important dans d'autres médias. Il cite ainsi la presse écrite et la presse électronique.

Ensuite, comme il l'indique, la séquence litigieuse a présenté un programme qui allait être diffusé, ce qui ne pose pas problème pour d'autres programmes comme par exemple « Questions à La Une ».

Une analyse plus approfondie de la recommandation permet cependant de renverser l'argumentation de l'éditeur.

Si, certes, un éditeur peut traiter de ses propres services et programmes dans un journal d'information, encore faut-il qu'ils aient été traités par les autres médias d'information générale « de manière équivalente ». Or, comme cela sera développé plus avant, si d'autre médias d'information générale – et pas uniquement la presse spécialisée comme la presse « TV » ou la presse « people » – ont bien traité de l'émission « The Voice », la manière dont ils en ont parlé est bien différente de la manière employée par la RTBF dans la séquence incriminée. L'approche de distance et d'analyse, voire de critique, qui caractérise plusieurs articles de presse consultés par le Collège ne se retrouve pas, en effet, dans le reportage litigieux.

Par ailleurs, la manière dont l'éditeur a présenté le programme « The Voice » dans la séquence en cause diffère nettement de la manière dont il présente généralement, dans son journal télévisé, des programmes tels que « Questions à la Une ». Si la présentation de programmes de ce type est autorisée dans la recommandation moyennant certaines conditions, c'est parce qu'il s'agit de programmes réalisés par la rédaction, c'est-à-dire par l'équipe de journalistes également responsable du journal. Il est normal que le travail journalistique approfondi qu'ils ont accompli pour réaliser une émission telle que « Questions à la Une » puisse être également valorisé dans le journal, sous une forme plus courte. Mentionner ensuite qu'une version plus longue du reportage pourra être vue dans une autre émission de l'éditeur entre alors dans une démarche d'information du public : il s'agit de lui indiquer comment approfondir son information sur le sujet. Telle n'est en revanche pas la démarche d'un reportage qui informe le public du commencement d'une émission de divertissement.

En réalité, au vu du traitement qui lui a été réservé dans les autres médias, le lancement de l'émission « The Voice » et, plus particulièrement de ses « lives », constituait un fait d'actualité générale et la RTBF pouvait, comme le mentionne également l'avis du CDJ, le traiter dans son journal parlé. Mais encore lui fallait-il respecter certaines règles pour éviter de tomber dans l'autopromotion. Elle devait, pour ce faire, adopter une démarche non pas promotionnelle mais d'information. Dans ce cadre, elle devait veiller à traiter le sujet avec la même distance critique que les autres médias et, comme l'indique la recommandation relative à l'autopromotion, éviter d'utiliser les codes du langage publicitaire et ne pas abandonner la démarche journalistique devant animer un journal télévisé.

Force est de constater que ce n'est pas ce qu'a fait la RTBF dans sa séquence du 28 février 2012.

Il a certes pu, à la base, y avoir une volonté de traiter le sujet sous un angle journalistique : ainsi, la séquence commence par un extrait des répétitions des candidats et la présentatrice du JT intervient ensuite pour poser une question à l'animatrice de l'émission « The Voice », en direct depuis le studio de Liège. Mais une fois cette question posée, le propos bascule dans un registre promotionnel avec le recours à plusieurs codes de type publicitaire : un ton particulièrement élogieux envers le programme, des applaudissements suscités dans le public et des appels à voter.

Dans sa décision, le Conseil de déontologie journalistique a considéré que la séquence se situait « *à la limite entre la promotion pour un produit de la chaîne et le traitement journalistique d'une information* ». Considérant ce traitement journalistique « *difficile à mesurer par des critères quantitatifs* », il a préféré considérer que la RTBF se trouvait du bon côté de la limite et n'avait pas commis de manquement déontologique manifeste.

L'appréciation que le Collège se doit de faire n'est plus une appréciation déontologique mais une appréciation légale. Y a-t-il eu ou non autopromotion au sens du décret ?

En l'absence d'explications de la RTBF au-delà de ce qui figure dans son courrier du 14 novembre 2012, le Collège estime que les éléments de nature promotionnels présents dans la séquence prennent le pas sur les éléments de nature journalistique. Aucune explication n'est en effet donnée sur les raisons pour lesquelles aucun recadrage n'a été opéré au moment du dérapage de la séquence lié au duplex. Comme cela est relevé dans l'opinion minoritaire annexée à l'avis du CDJ, la séquence semble avoir, à ce moment là, échappé au contrôle journalistique de l'éditeur et l'on ne comprend pas pourquoi le responsable éditorial en régie n'a pas pris les mesures nécessaires pour permettre à la journaliste présentatrice du JT de reprendre le contrôle de la séquence.

Contrairement à ce que le CDJ a considéré sur un plan déontologique, le Collège estime dès lors que, sur le plan de la définition légale de l'autopromotion, l'éditeur a franchi la limite entre traitement rédactionnel et promotionnel.

La séquence relevant de l'autopromotion, elle aurait dû respecter les articles 14, § 1<sup>er</sup> et 18, § 3 du décret, ce qui n'est clairement pas le cas.

Le grief est dès lors établi.

Aussi, considérant ce grief et considérant, en outre, l'absence de réaction de l'éditeur qui, une fois les griefs notifiés, n'a fourni aucune explication complémentaire à l'éditeur, le Collège estime qu'il est fait une juste appréciation de l'article 159 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels en adressant à la RTBF un avertissement.

En conséquence, après en avoir délibéré, par défaut, et en application de l'article 159, § 1<sup>er</sup>, 1° du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, le Collège d'autorisation et de contrôle adresse à la RTBF un avertissement.

Fait à Bruxelles, le 28 mars 2013.