

CDJM

CONSEIL DE DÉONTOLOGIE JOURNALISTIQUE ET DE MÉDIATION

Avis sur la saisine n° 21-114

Adopté en réunion plénière du 14 septembre 2021

Description de la saisine

Le 21 mai 2021, M. Pierrick Olivier a saisi le CDJM à propos d'un article publié sur le site du magazine *Valeurs actuelles* et titré : « *Des écoles de qualité et adaptées aux défis actuels, c'est possible* ». Sur la page d'accueil, cet article est présenté comme appartenant à la rubrique « société » du site. M. Pierrick Olivier estime que la distinction entre publicité et information n'est pas respectée, puisque le lien hypertexte lié à ce titre renvoie à la page de présentation d'un site privé, la [Fondation pour l'école](#).

Règles déontologiques concernées

Les textes déontologiques auxquels le CDJM se réfère précisent les obligations du journaliste.

- Il doit « *refuser et combattre, comme contraire à son éthique professionnelle, toute confusion entre journalisme et communication* », selon la Charte d'éthique professionnelle des journalistes (SNJ, 1918-1938-2011).
- Il ne doit jamais « *confondre le métier de journaliste avec celui du publicitaire ou du propagandiste* » et « *n'accepter aucune consigne, directe ou indirecte, des annonceurs* », selon la Déclaration des droits et devoirs des journalistes de Munich de 1971 (devoir n° 9).
- Il doit « *éviter toute confusion entre son activité et celle de publicitaire ou de propagandiste* », selon la Charte d'éthique mondiale des journalistes de 2019 (article 13).

Réponse du média mis en cause

Le 4 juin 2021, le CDJM a adressé à MM. Geoffroy Lejeune, directeur de la rédaction de *Valeurs actuelles* et Tugdual Denis, directeur adjoint de la rédaction, un courrier les informant de cette saisine et les invitant à faire connaître leurs observations dans un délai de 15 jours, comme le prévoit le règlement du CDJM.

À la date du 14 septembre 2021, aucune réponse n'est parvenue au CDJM.

Analyse du CDJM

Le CDJM a constaté que, le 21 mai 2021, la section concernée de la page d'accueil du site de *Valeurs actuelles* comprenait plusieurs visuels composés d'une photo, d'un nom de rubrique et d'un titre. À titre d'exemple, une photo de la place du Capitole à Toulouse, au-dessus de la mention « faits divers » et du titre « *Des messages anarchistes tagués sur près d'un kilomètre à Toulouse* », ou encore une photo de nourrisson endormi au-dessus de la mention « société » et du titre « *Des couples de femmes pourraient bientôt avoir un enfant, puis des couples d'hommes aussi* ».

En cliquant sur l'icône de ces visuels, le lecteur est orienté vers des articles informatifs rédigés par la rédaction de *Valeurs actuelles*. Le CDJM considère que cette sélection de contenus, qui permet à un média en ligne de mettre en avant et hiérarchiser les informations proposées aux internautes, est en soi un acte journalistique, le plus souvent exercé sous le contrôle de la rédaction en chef, et parfois même confiée à des spécialistes de l'exercice (*front page editor*).

Le visuel qui fait l'objet de la saisine de M. Pierrick Olivier est composé d'une image portant le logo de la Fondation pour l'école avec le dessin d'un enfant en costume de super héros et le slogan « *Pourquoi n'y aurait-il qu'un seul modèle d'école ?* », au-dessus de la mention « société » et du titre « *Des écoles de qualité et adaptées aux défis éducatifs actuels, c'est possible !* »

En cliquant sur l'icône au dessus du titre, l'internaute est orienté vers l'adresse de la page d'accueil du site de la Fondation pour l'école, organisme reconnu d'utilité publique dont *la mission [...] est d'enrichir l'offre éducative en France en favorisant le développement des écoles indépendantes [...] privées avec ou sans contrat* ».

Par ailleurs, on peut trouver sur cette page d'accueil des publicités qui sont signalées par le mot « sponsorisé », comme l'a constaté le CDJM par exemple le 2 juin 2021. Cette mention (ou toute autre indiquant qu'il ne s'agit pas d'une production journalistique) aurait dû figurer à proximité

du visuel concernant la Fondation pour l'école. Pour le CDJM, une telle précaution s'impose quelle que soit la nature exacte de l'opération réalisée par le média concerné (campagne rémunérée ou simple partenariat sans compensation financière). Cette pratique n'est d'ailleurs pas ignorée de la rédaction de *Valeurs actuelles* : en effet, la newsletter de *Valeurs actuelles* adressée par exemple le 13 mai 2021 à ses abonnés propose également un lien vers le site de la Fondation pour l'école, dans un visuel accompagné de la mention « contenu sponsorisé ».

Conclusion

Le CDJM réuni le 14 septembre 2021 en séance plénière, estime que la règle déontologique invitant à éviter toute confusion entre journalisme et communication n'a pas été respectée.

La saisine est déclarée fondée.

Cette décision a été prise par consensus.