

## Avis sur la saisine n° 25-144

Adopté en réunion plénière du 9 décembre 2025

### Description de la saisine

Le 22 septembre 2025, M. Philippe Renahy a saisi le CDJM à propos d'un article publié par *Le Journal de la Haute Marne* sur son site le 20 septembre 2025, titré : « Du wifi partout, du garage au jardin » et aujourd'hui indisponible. M. Renahy estime que cet article ne respecte pas l'obligation déontologique de distinction entre publicité et information. Il s'agit pour lui « *en réalité [d'une] communication commerciale en faveur des produits commercialisés par la société Devolo sous l'appellation CPL Powerline* ».

### Règles déontologiques concernées

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

À propos de la distinction entre publicité et information :

- 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 français (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 (Munich, 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 (FIJ, 2019, article 13).
- Lire aussi [la recommandation](#) du CDJM : « Publicité ou information ? Comment éviter la confusion »

## Réponse du média mis en cause

Le 26 septembre 2025, le CDJM a adressé à M<sup>me</sup> Céline Clément, rédactrice en chef du *Journal de la Haute-Marne*, avec copie à M<sup>me</sup> Sylvie Chapron Staniszewski, journaliste, un courrier les informant de cette saisine et les invitant à faire connaître leurs observations.

Le 28 octobre 2025, la rédactrice en chef du *Journal de la Haute-Marne* a répondu au CDJM. Elle estime « évident que l'article visé fait la promotion de la solution apportée par CPL Powerline » mais que la « volonté [du journal] n'est pas de faire de la publicité déguisée ou non pour tel ou tel, mais de tenter d'apporter des solutions ». Elle précise dans son courrier qu'elle « mesure les limites de l'exercice du point de vue rédactionnel » et indique qu'elle va « de nouveau sensibiliser les équipes à ces questions ».

## Analyse du CDJM

♦ L'article en cause était publié sous la rubrique « culture-loisirs » du *Journal de la Haute-Marne*, sous le titre « Du wifi partout, du garage au jardin ». Son chapô (texte introductif) rappelle qu'« avoir un signal wifi de qualité, ce n'est pas toujours un luxe : cela devient une nécessité ! Notamment pour permettre à certains objets connectés de fonctionner correctement ». Les trois premiers paragraphes explicitent cette affirmation, en décrivant diverses situations de la vie quotidienne dans lesquelles « besoin d'une connexion Wi-Fi stable se fait sentir ».

Sous l'intertitre « des prises CPL » [pour « courant porteur en ligne », ndlr], l'auteure indique alors qu'« une solution particulièrement pratique consiste à utiliser des produits CPL Powerline, comme la série Magic de devolo ». Elle explique ensuite comment fonctionne et comment installer les adaptateurs CPL Powerline, et conclut : « C'est ainsi que les produits Devolo de la gamme Magic fournissent un Wi-Fi puissant dans le garage, jusqu'au jardin. Comptez environ 120 euros pour cette installation qui fera bien des heureux. On a testé pour vous et c'est aussi simple qu'efficace. »

## Sur le grief de confusion entre publicité et information

♦ Pour le requérant, cet article est « une communication commerciale en faveur des produits commercialisés par la société Devolo ». Il affirme que « la marque y est mentionnée à de multiples reprises, que les caractéristiques techniques et les atouts comparatifs de ses gammes sont décrits avec force détails, qu'un prix précis est communiqué, et qu'enfin l'article se conclut sur une formule laudative du type "on a testé pour vous et c'est aussi simple qu'efficace",achevant de lui donner l'allure d'une publicité sans l'assumer ».

Dans sa réponse au CDJM, la rédactrice en chef du *Journal de la Haute-Marne* ne nie pas que « l'article visé (du wifi partout, du garage au jardin) fait la promotion de la solution apportée par CPL Powerline. Mais c'est un sujet aussi très pratique pour nos lecteurs qui ont ainsi peut-être trouvé une solution à leurs problèmes de connexion. Nous essayons autant que faire se peut de coller aux problématiques des populations sur notre territoire. Notre volonté n'est pas de faire de la publicité déguisée ou non pour tel ou tel mais de tenter d'apporter des solutions. »

Le CDJM note que le nom exact du produit Devolo est « CPL Magic ». Le terme « powerline » est la dénomination anglo-saxonne du CPL, utilisée par de nombreux fabricants d'adaptateurs CPL dans leur communication.

♦ Le sujet traité – améliorer les connexions wifi domestiques – est d'intérêt public. Il est cependant centré sur un seul produit, sans aucune référence à un autre équipement rendant le même service. Citer un produit dans un article est légitime, dans la mesure où le journaliste évite de reprendre à son compte les affirmations laudatives présentes dans la communication de l'entreprise et où il ajoute des éléments de contexte sur les produits concurrents, surtout s'il fait référence à des éléments de prix. Utiliser une information issue d'un communiqué de presse suppose que la source de cette information soit indiquée au lecteur.

Dans le cas de cet article, ces bonnes pratiques déontologiques ont été ignorées :

♦ La structure, les formulations et les informations fournies dans l'article se retrouvent dans un [communiqué de presse](#) publié sur le site de la société Devolo le 9 juillet 2025. Le titre de ce communiqué est « Du Wi-Fi pour votre garage et votre jardin ». Le titre retenu par *Le Journal de la Haute-Marne* est « Du wifi partout, du garage au jardin ». Des paragraphes entiers du communiqué sont reproduits dans l'article : à l'exception du chapô, d'une phrase de transition et des deux phrases de conclusion, près de 75 % du texte publié par *Le Journal de la Haute-Marne* vient mot pour mot de ce communiqué de Devolo.

On note même que cette marque est écrite – deux fois dans le corps de l'article, puis une troisième fois sous forme d'un tag – « devolo », sans « d » majuscule au nom de la marque, comme dans le communiqué de la société, alors que les usages de la presse sont de mettre une majuscule aux noms de marques et de modèles. Enfin, l'article est en accès libre, et comprend un tag « devolo », ce qui donne à ce contenu une plus grande visibilité.

♦ Le CDJM donne acte au *Journal de la Haute-Marne* du retrait de son site de l'article incriminé, et de la « volonté » affirmée par sa rédactrice en chef « de [ne pas] faire de la publicité déguisée ou non pour tel ou tel » et « de nouveau sensibiliser les équipes à ces questions ».

## **Conclusion**

Le CDJM, réuni le 9 décembre 2025 en séance plénière, estime que l'obligation déontologique d'éviter toute confusion entre information et publicité n'a pas été respectée par *Le Journal de la Haute-Marne*.

**La saisine est déclarée fondée.**

Cette décision a été prise par consensus.