



Conseil de déontologie – Réunion du 13 novembre 2024

Plainte 24-25

**SRL Durant Agricole et Jardin & X c. RTBF / Vivacité
(« On n'est pas des pigeons »)**

**Enjeux : vérification / respect de la vérité (art. 1 du Code de déontologie) ;
omission / déformation d'information (art. 3) ;
enquête sérieuse / urgence (art. 4) ; identification :
droits des personnes (art. 24) et respect de la vie privée (art. 25)**

Plainte non fondée

En résumé :

Le Conseil de déontologie journalistique (CDJ) a constaté ce 13 novembre 2024 qu'une enquête en direct de « On n'est pas des pigeons » (Vivacité), consacrée à un litige autour de l'achat d'un tracteur agricole d'occasion, avait respecté la déontologie. Le Conseil a estimé qu'il était légitime que le média cite le nom de l'entreprise dont les journalistes cherchaient à obtenir le point de vue pour comprendre pourquoi le contrat de vente ne prévoyait pas de garantie. Il a relevé que l'identification de son dirigeant qui pouvait en découler résultait des seules nécessités de l'information. Le CDJ a par ailleurs estimé que le fait que le média cite, sans le préciser aux auditeurs, non pas le nom de l'entreprise qui figurait sur la facture, mais celui de la société qu'il estimait, sur la base de ses recherches, être l'interlocutrice de référence, ne portait pas préjudice à l'enquête. Il a en effet noté que la personne contactée par ce biais assumait la responsabilité du contrat de vente et de l'absence de garantie.

Origine et chronologie :

Le 26 juin 2024, la SRL Durant Agricole et Jardin et son dirigeant introduisent, via leurs conseils, une plainte au CDJ contre une séquence de l'émission radio « On n'est pas des pigeons » (Vivacité, RTBF), consacrée à un litige autour de l'achat d'un tracteur agricole d'occasion. La plainte, recevable, a été transmise au média le 3 juillet. Ce dernier y a répondu le 25 juillet, après l'échec de la recherche d'une solution amiable. Les parties plaignantes ont répliqué aux arguments du média le 23 septembre. Ce dernier a transmis sa seconde réponse le 8 octobre.

Le CDJ a décidé de faire application de l'article 29.6 de son Règlement de procédure et d'anonymiser la partie plaignante intervenant au titre de personne physique dans la plainte.

Les faits :

Le 10 mai 2024, la RTBF aborde dans l'émission de radio « On n'est pas des pigeons » (Vivacité) un litige autour de l'achat d'un tracteur agricole d'occasion. La présentatrice F. Jandrain lance la séquence intitulée « L'envoyé spécial » (présentée plus tard comme « Le dossier de Mathilde ») en ces termes : « *Une histoire de tracteur pour un pauvre François, qui a quand même acheté un tracteur agricole de 13.500 euros* ». L'envoyée spéciale complète : « *On est ici avec le dossier de François qui a acheté un tracteur d'occasion dans la région de Philippeville. Le tracteur, lui, va plus ou moins bien, enfin il y a un problème de boîte de vitesses... Mais ce qui pose surtout problème ici, c'est que sur la facture il est marqué que le tracteur d'occasion a été acheté, tenez-vous bien, sans garantie (...). On le verra dans quelques instants, ça n'existe pas* ».

S'ensuit une conversation entre la présentatrice et l'auditeur concerné par le litige : « *François, expliquez-nous cette affaire. Vous achetez un tracteur agricole d'occasion en 2023 de la marque Massey Ferguson (...) parce que vous voulez faire du bois de chauffage. Montant total du tracteur : 13.500 euros, c'est une énorme somme. On rappelle que vous avez 17 ans François (...), donc sortir ces 13.500 euros, c'est beaucoup d'économies (...). Cela s'entend, vous êtes un courageux et vous avez envie de donner le maximum. Donc vous ne l'utilisez pas tout de suite ce tracteur (...) et un mois plus tard, vous prenez le tracteur et il a un problème de boîte de vitesses. Et là, l'estimation de la réparation... Vous tombez de votre chaise (...) 8.000 euros ! Vous contactez alors le garage pour dire qu'on ne vous avait jamais parlé de ce problème de boîte de vitesses (...). Vous ne l'aviez pas testé et ce n'est pas grave, sauf qu'il y a un petit problème aussi, c'est qu'on se rend compte sur la facture qu'il est marqué que le tracteur a été vendu sans garantie. On peut mettre ça, 'sans garantie' ?* ». Une chroniqueuse présente en plateau (A. Allard) explique qu'en principe, cela n'est pas autorisé pour la vente de biens d'occasion non plus et qu'il y a donc toujours une garantie légale, même si celle-ci n'est pas de deux ans. La présentatrice demande à l'auditeur s'il est possible pour lui de payer ces frais de réparation et il répond par la négative. Pour conclure cet appel, elle ajoute : « *Ce que vous aimeriez, c'est que le vendeur intervienne sur la réparation* ».

La journaliste sur le terrain résume ensuite les clés du dossier. Elle explique qu'il est illégal de vendre un bien sans garantie et que dans le cas d'un bien d'occasion, la durée est d'un an. La journaliste précise aussi que si des éventuels défauts ont été précisés par écrit au moment de l'achat du bien d'occasion, ceux-ci ne peuvent pas faire l'objet de contestation ultérieure. Elle note que dans le cas d'espèce, les problèmes sont apparus après un mois et que le défaut de boîte de vitesses n'était pas mentionné dans la facture, et conclut ainsi que l'auditeur est dans ses droits et ne devrait pas payer les frais de réparation. La journaliste explique ensuite qu'elle est chez le vendeur concerné à Philippeville et qu'elle va commencer son enquête prochainement.

Quelques minutes plus tard, la journaliste explique qu'elle a pu discuter avec un employé mais que « *le big boss, qui a passé la vente, est en congé* ». La présentatrice insiste alors pour que la journaliste obtienne son numéro de téléphone afin de pouvoir s'expliquer à l'antenne, avant d'aborder un autre dossier en attendant que l'enquête puisse avancer.

La présentatrice résume les faits quelques minutes plus tard et prend des nouvelles de la journaliste sur le terrain, qui explique qu'elle n'a pu obtenir des employés sur place qu'une adresse mail et qu'elle a envoyé un message à l'instant. Elle précise avoir trouvé le patron sur *Facebook* après avoir entendu son prénom et avoir contacté un ami en commun afin d'obtenir son numéro de téléphone. La journaliste précise que le site de la BCE ne mentionne pas son numéro et réitère qu'elle a lourdement insisté pour obtenir cette information auprès des employés, tout en relatant son impression que les employés ont peur de déranger leur patron en congé. La chroniqueuse présente en plateau suggère à la journaliste de trouver le contact auprès de voisins, ce à quoi la journaliste répond que l'entrepôt est isolé en pleine campagne. La présentatrice intervient alors en ces termes : « *Est-ce qu'on peut dire le nom de l'entreprise à l'antenne ? (...) Peut-être que nos auditeurs auront un contact ? (...)* ». Les animateurs en studio indiquent que jusqu'ici « *ils n'ont rien dit de particulier* » rappelant qu'ils ont juste constaté que le contrat de vente est sans garantie, et qu'ils veulent « *juste un contact* ». Ils poursuivent : « *Vous vous trouvez donc dans l'entreprise Chez Durant à Philippeville, qui est une entreprise de vente d'engins agricoles (...)* ». En lançant cet appel aux auditeurs, la présentatrice rappelle à nouveau le litige et les explications que l'équipe souhaiterait obtenir.

L'équipe reçoit finalement un mail d'un auditeur avec le numéro de portable du « responsable vente tracteurs / agricole / horticole » et la présentatrice propose de le communiquer à la journaliste pour qu'elle puisse l'appeler hors-antenne.

La journaliste expliquera par la suite que la personne en question – présenté comme « le patron, le directeur, de la société Durant » – qui a indiqué avoir lu son mail, est mécontente que le nom de son

entreprise ait été cité à l'antenne et souhaite insister sur le fait que son entreprise est sérieuse, ce à quoi la présentatrice répond que l'équipe n'a jamais dit le contraire. Elle rapporte sa discussion sur le contrat sans garantie, indiquant que le responsable lui a dit qu'il ferait ses propres recherches concernant le litige et reviendrait vers elle prochainement. La présentatrice conclut la séquence en insistant sur le fait que l'émission n'a jamais critiqué l'entreprise mais que l'équipe souhaitait simplement comprendre la situation.

Les arguments des parties (résumé) :

Les conseils des parties plaignantes :

Dans leur plainte initiale

Les conseils des parties plaignantes reviennent sur le déroulé de l'émission et plus particulièrement sur le reportage de la journaliste envoyée sur le terrain pour obtenir plus d'informations concernant l'affaire. Ils constatent que si les vendeurs ont effectivement refusé de fournir le numéro de téléphone du dirigeant, ils ont par contre redirigé la journaliste vers le comptable de l'entreprise, qui l'informerait que la vente a été effectuée par la SRL KD-Services et non la SRL Durant. Les conseils des parties plaignantes expliquent que lorsque la présentatrice insiste pour obtenir des explications sur la garantie, elle amalgame le dirigeant avec le vendeur. Ils estiment par ailleurs qu'en expliquant que les employés craignent de déranger leur patron, l'équipe le dépeint comme autoritaire, du moins de manière implicite. Les conseils des parties plaignantes précisent que le dirigeant s'est entretenu après l'émission avec le producteur et la chroniqueuse A. Allard.

Les conseils des parties plaignantes estiment d'une part que le média n'a pas respecté les articles 1, 3 et 4 du Code de déontologie. Ils expliquent que le client avait été informé verbalement par le vendeur des défauts du tracteur – ce qui explique son enlèvement par camion – et qu'un premier contact avait eu lieu avec le vendeur pour réparer la boîte de vitesses, mais laissé sans suite par le client. Ils précisent que la SRL Durant a été mentionnée (oralement) à cette occasion bien que ce soit la SRL KD-Services qui ait vendu le tracteur, les deux sociétés ayant le même administrateur. Les conseils des plaignants estiment que les journalistes n'ont mené aucune investigation avant la diffusion et qu'il s'agit d'un choix éditorial imposé par le format de l'émission « qui favorise la rapidité au détriment de la vérification ». Selon eux, ce format privilégie le buzz à la vérification factuelle en ce que le choix des journalistes est de favoriser une mise devant le fait accompli sans enquête préalable, créant une urgence artificielle. Ainsi, les conseils des parties plaignantes estiment que la mention erronée de « Durant » au lieu de « KD-Services » et l'attribution incorrecte de la vente au dirigeant portent atteinte à sa réputation.

D'autre part, les parties plaignantes pointent une violation des articles 24 et 25 du Code de déontologie, relevant que bien que le nom complet du dirigeant n'ait pas été mentionné, la mention de l'entreprise qui porte son nom de famille, sa localisation et la référence au « big boss » ont permis de l'identifier, ce qui n'était pas justifié dans ce contexte. En effet, cette identification n'apporte selon les conseils des parties plaignantes aucune plus-value au traitement du sujet et présente les plaignants comme malhonnêtes.

En annexe, les conseils des parties plaignantes fournissent le courrier adressé à la RTBF le 11 juin dans le but d'obtenir un arrangement amiable ainsi que le courrier de réponse du média datant du 19 juin.

Les journalistes / le média :

Dans leur premier argumentaire

Le média commence par rappeler ses échanges préliminaires avec les conseils des parties plaignantes. Il estime que la question traitée dans l'émission – la garantie légale en cas de vente d'un véhicule d'occasion d'un professionnel du secteur à un particulier – est d'intérêt général dès lors qu'elle peut concerner tout individu de la société.

Quant à la prétendue absence d'enquête au préalable, le média rappelle que chaque sujet de l'émission provient généralement d'une demande d'un plaignant adressée par mail et qu'à la réception, le média vérifie toujours le sérieux des faits relatés par le plaignant et effectue une investigation préalable, ce qui lui permet de vérifier si i) le litige est réel ; ii) le plaignant a entrepris des démarches auprès de l'autre partie, et le cas échéant, si les démarches entreprises ont mené à un résultat satisfaisant ; iii) le litige relève de l'intérêt général et si les réponses apportées lors de l'émission permettront d'informer, de manière utile, les consommateurs placés dans des situations similaires ; iv) le média dispose de

suffisamment d'informations et de documents du plaignant pour proposer une médiation à l'autre partie en vue de résoudre le litige à l'amiable.

En l'espèce, après une investigation sérieuse, le média explique avoir pu conclure que : i) le vendeur a vendu, sans mention de la garantie légale dans ses conditions générales de vente, un tracteur d'occasion (en panne) à un mineur de 17 ans, non professionnel ; ii) le mineur ignorait, au moment de la vente, que le tracteur était en panne, cette information essentielle lui ayant été cachée, sachant par ailleurs qu'il ne l'a pas testé et qu'il l'a transporté par le biais d'un autre véhicule jusqu'à son domicile ; iii) qu'une fois le défaut (la panne) du tracteur découvert, le mineur a fait évaluer les frais de réparation, ceux-ci s'élevant à 8.000 € ; iv) le mineur retourne vers le vendeur qui lui indique que, lors la vente, le mineur avait connaissance du défaut du tracteur et que la facture contenait une mention selon laquelle la vente s'effectuait sans garantie légale ; v) le mineur a communiqué au média la facture de vente du tracteur en question ; vi) le média s'est renseigné sur le vendeur (siège social, réputation, dirigeant de l'entreprise, etc...) ; vii) dès lors que le litige entre les parties relève de l'intérêt général, il appartient au média d'informer les consommateurs que la garantie légale est un droit et ce même s'il n'y est pas fait référence dans les conditions générales. Le média estime qu'il ne peut lui être reproché de ne pas avoir mené une enquête préalablement à la diffusion de l'émission puisqu'elle a procédé à la vérification des informations, qu'elle a données durant l'émission, par une enquête sérieuse – qui ne s'est pas limitée à contacter le vendeur par courriel – qui l'a mené à se rendre sur place pour tenter d'avoir un contact direct avec le vendeur, afin de lui permettre de s'exprimer sur la situation et de tenter de résoudre le litige à l'amiable entre les parties. Une fois le contact pris, le vendeur n'a pas souhaité s'exprimer sur les circonstances du litige, laissant ainsi les auditeurs avec une seule version des faits.

Quant à la prétendue atteinte à la réputation des plaignants, le média estime que celle-ci relève plutôt d'une confusion imputable aux parties adverses. En effet, le fait d'avoir mentionné erronément le terme « Durant » au lieu de « KD-Services » comme vendeur relève de l'impossibilité d'obtenir un témoignage de première main auprès des employés de la société ou du patron dès lors que ces derniers n'ont pas souhaité s'exprimer sur les circonstances.

Pour la RTBF, s'il devait y avoir atteinte à la réputation des plaignants, elle résulte, outre la confusion imputable au vendeur, de : i) la vente d'un tracteur en panne à un mineur par KD-Services dont l'administrateur est X ; ii) l'absence de volonté du vendeur de trouver une solution amiable avec le mineur, ce qui a conduit ce dernier à prendre contact avec SOS Pigeons ; iii) le refus du vendeur de s'exprimer sur les circonstances de l'espèce lorsque la RTBF s'est rendue sur place.

Quant aux prétendus manquements aux articles 24 et 25 du Code, le média relève que les informations diffusées durant l'émission étaient nécessaires à la compréhension des faits rapportés et l'évolution du dossier dès lors que tant le patron que les employés refusaient de s'exprimer sur les circonstances de la vente. De ce fait, l'identification indirecte se justifiait ainsi en contexte au regard de l'intérêt général.

Par ailleurs, le média tient à préciser que c'est à tort que les plaignants affirment que, pendant l'émission, elle les a présentés comme des individus malhonnêtes, puisque le média n'a à aucun moment remis en cause leur réputation, précisant au contraire que la société visée avait bonne réputation.

Les conseils des parties plaignantes :

Dans leur réplique

Les conseils des parties plaignantes estiment que tout élément de fait étranger aux principes de la déontologie journalistique ne peut en aucun cas justifier les manquements commis selon eux par la RTBF. Ils précisent toutefois que le client mineur avait le droit de conduire un tracteur (l'âge légal étant de 16 ans), qu'il était accompagné de son grand-père lors de l'achat du véhicule et qu'il n'a entrepris aucune démarche active pour résoudre ce litige. Les conseils des parties plaignantes s'étonnent par ailleurs que certains choix éditoriaux de l'émission aboutissent à empêcher en pratique toute vérification préalable des faits invoqués. Ils estiment que le média ne peut prétendre à une vérification préalable en l'espèce, alors que l'émission s'est bornée à entendre une seule version des faits, à effectuer une recherche sommaire sur le siège social, la réputation et le dirigeant de l'entreprise, puis à imputer au vendeur la responsabilité de l'impossibilité de vérifier les informations rapportées sous prétexte que ce dernier n'aurait pas souhaité s'exprimer dans une émission diffusée en direct. Les conseils des parties plaignantes estiment que celles-ci étaient en droit de ne pas s'exprimer, sans devoir pour autant subir de dommages liés à une absence de vérifications (ne nécessitant pas une participation directe du dirigeant). Ils considèrent que les choix du média instaurent une forme d'urgence dans la récolte des cas et leur passage à l'antenne et citent des cas de jurisprudence du CDJ relatifs à la même émission. Les conseils des parties plaignantes estiment que ces manquements sont aggravés par le choix de

mentionner le nom de l'entreprise, qui exposait la réputation de son dirigeant à des répercussions négatives.

Sur ce second point, les conseils des parties plaignantes ne voient pas en quoi la diffusion du nom se justifiait au regard de l'intérêt général, en ce qu'elle n'apporte aucune contribution constructive à la compréhension du litige par les consommateurs, n'informe pas ceux-ci de leurs droits ou obligations légales dans un contexte de vente de biens d'occasion, n'enrichit en rien le débat public, ni n'apporte de plus-value à l'information (dès lors que le vendeur n'est pas le plaignant personne physique). Cette identification a, selon les conseils des parties plaignantes, rendu reconnaissable le plaignant et particulièrement à l'égard de sa clientèle et des habitants de la région, dès lors que l'entreprise est connue à cette échelle locale. Ils estiment que la confusion entre les deux sociétés évoquées par le média est inquiétante, relevant que le devoir de vérification préalable aurait pu passer – outre la lecture de la facture – par la consultation de la base de données du SPF Justice reprenant les actes de sociétés. Pour les conseils des parties plaignantes, la mention du nom de l'entreprise résulte d'un choix éditorial visant à incriminer une entreprise bien connue dans sa région, en faisant délibérément fi des éléments factuels qui auraient dû inciter à davantage de réserve.

Les journalistes / le média :

Dans leur seconde réponse

Le média rappelle que son émission de défense des consommateurs, au service du public, ne prétend pas se substituer aux cours et tribunaux de l'ordre judiciaire pour statuer sur des questions de responsabilité. L'émission joue un rôle de médiateur en s'efforçant de rétablir le dialogue entre les parties lorsque celui-ci s'avère difficile ou impossible en raison d'éléments divers. L'objet de l'émission n'était pas de savoir si la vente d'un tracteur à un mineur d'âge était illégale mais bien de s'interroger sur la légalité de la vente d'un véhicule d'occasion en l'absence de garantie légale. Réponse à laquelle l'émission a répondu selon le média puisqu'en l'occurrence, la vente du véhicule d'occasion opérée par les plaignants et sans garantie au mineur (accompagné d'un membre de sa famille) était bel et bien illégale. A cet égard, le plaignant personne physique ne conteste pas ce constat dès lors qu'après consultation avec ses avocats, il a reconnu avoir commis une erreur et a finalement décidé de prendre à sa charge les frais de réparation du véhicule du mineur.

Le média explique que le mineur avait bel et bien entrepris des démarches vis-à-vis du vendeur par l'intermédiaire de sa grand-mère. Le média précise qu'à l'occasion de ces contacts, le vendeur s'est retranché (à tort) derrière la clause de non-garantie pour refuser la prise en charge des réparations. Face à la position du vendeur, le mineur, démuné, s'est tourné vers l'émission pour l'informer de ses droits dans une situation où le dialogue n'était pas aisé.

Enfin, le média estime que l'identification indirecte du plaignant personne physique se justifiait pour permettre au public de comprendre davantage le contexte au regard de la question d'intérêt général dont il était question.

Décision :

1. En préambule, le CDJ souligne qu'il n'est compétent que pour la production – c'est à-dire l'enquête telle que diffusée dans le cadre de l'émission « On n'est pas des pigeons » – dont il a été saisi. Il ne se prononce sur les faits extérieurs à la publication en cause que dans la mesure où ils éclairent les démarches suivies par les journalistes et ne prend pas en considération les éléments postérieurs à celle-ci. Il souligne également que son rôle n'est pas de rechercher la vérité mais d'apprécier si les méthodes et le travail des journalistes ont respecté les balises fixées dans le Code de déontologie journalistique.

2. Le Conseil retient qu'il était d'intérêt général pour les journalistes et le média de s'intéresser, dans le cadre d'une émission d'information et de protection des consommateurs, à la question de la garantie légale en cas de vente d'un bien d'occasion. La décision d'illustrer cette question par un cas particulier – le litige entourant la vente d'un tracteur d'occasion d'un professionnel du secteur à un particulier (mineur) – n'enlève rien à cet intérêt, pour autant que les principes de déontologie journalistique soient respectés.

3. Le Conseil note également que le choix du média et des journalistes d'user du direct pour enquêter sur cette question d'intérêt général, avec l'objectif de concilier les parties, relève de leur liberté éditoriale,

qui s'exerce en toute responsabilité comme l'indique explicitement l'art. 9 du Code de déontologie journalistique.

Il retient plus particulièrement que le choix d'enquêter en direct reposait sur des critères préétablis par le média : fiabilité des informations recueillies, intérêt exemplatif du litige, possibilité de médiation entre les parties. Il souligne pour autant que nécessaire qu'il ne se prononce que sur l'incidence déontologique de ceux-ci.

4. Le CDJ constate qu'en préalable à l'émission, le travail de vérification du média permettait d'établir, et donc d'affirmer, que la facture du tracteur d'occasion – que les journalistes avaient pu consulter – mentionnait que le bien avait été vendu sans garantie, « dans l'état connu de l'acheteur ». Il observe que plusieurs sources spécialisées en la matière, consultées par le média et citées à l'antenne, soulevaient par ailleurs l'apparente illégalité de la disposition.

Le Conseil estime qu'il était donc logique qu'à l'appui de ces constats, les journalistes, poursuivant leur enquête, cherchent à comprendre ce qui avait amené la société contractante – dénommée anonymement le « vendeur » dans la majeure partie de l'émission – à procéder de la sorte, et tentent d'entrer en contact avec elle. Il note que leur démarche est explicitement présentée comme telle à l'antenne, soulignant qu'il apparaît ainsi clairement aux auditeurs que l'enquête journalistique est toujours en cours au moment du direct, et qu'elle nécessite que le point de vue du « vendeur » puisse être recueilli pour expliquer l'absence de garantie figurant au contrat.

Que le média privilégie d'envoyer une journaliste sur le terrain pour ce faire résulte de sa liberté rédactionnelle. Pour le surplus, le Conseil constate que cette journaliste avait manifestement connaissance des détails du dossier et des pièces y liées, qu'elle mentionne dans ses interventions.

Le CDJ ne suit pas les plaignants lorsqu'ils soulignent que le format de l'émission a créé l'urgence au détriment de la vérification des faits. S'il concède qu'un tel format – qui postpose l'ultime partie de l'enquête au moment de l'enregistrement en direct – peut présenter des risques déontologiques, il constate que dans le cas présent, la journaliste de terrain a, à toutes les étapes de sa recherche, mentionné les informations qu'elle recueillait, les refus qui lui étaient signifiés et les raisons qui lui étaient données.

Les art. 1 (vérification) et 4 (enquête sérieuse / urgence) du Code de déontologie ont été respectés.

5. Le Conseil relève que le nom de l'entreprise est divulgué alors que les journalistes ont épuisé toutes les ressources à leur disposition pour contacter le « vendeur ». Hors la question de l'identification (cfr *infra*), il considère que cette méthode de recherche, pour particulière qu'elle puisse paraître, répondait aux besoins de l'information et n'excédait pas ce qui était nécessaire pour obtenir un éclairage jugé essentiel dans le dossier. Il note par ailleurs qu'à cette occasion, les journalistes exposent clairement au public les faits à l'origine de la recherche et les raisons la motivant.

6. A l'instar des parties plaignantes, le CDJ remarque que le nom de l'entreprise cité à l'antenne ne correspond pas au nom de l'entreprise repris sur la facture. Il retient que le média indique dans sa défense que cette mention résulte de l'analyse des éléments du dossier recueillis tant au cours du travail de vérification préalable (siège social et administrateur communs, témoignages de l'acheteur...) et observe que les informations recueillies à l'endroit où la journaliste de terrain s'est rendue (discussions avec les employés rencontrés, adresse mail de contact) ne semblent pas la contredire.

Même à supposer que cette analyse et par conséquent cette mention aient été erronées ou, à tout le moins, que le média aurait dû préciser que la facture était libellée au nom d'une société connexe à laquelle il considérerait que l'entreprise citée pouvait être assimilée, le CDJ estime que cela n'a en finale pas porté préjudice à l'enquête qui, pour rappel, visait à comprendre le point de vue du « vendeur » sur l'absence de garantie. Il constate en effet que la personne qui entre *in fine* en contact avec la journaliste de terrain – réagissant au mail qu'elle lui a envoyé à l'adresse obtenue au cours de ses recherches – assume la responsabilité du contrat de vente et de l'absence de garantie puisqu'il en discute avec la journaliste, pose sa vision de la question et déclare vouloir en vérifier la légalité à ses propres sources. Il conclut, au vu de ces éléments de contexte, que ce serait faire interprétation excessive du Code de déontologie que de noter un défaut de vérité et une omission d'information dans le chef des journalistes et du média sur ce point.

Les art. 1 (respect de la vérité) et 3 (déformation d'information) du Code ont été respectés.

7. Le CDJ note que l'identification de la société consécutive à cette mention était d'intérêt général au vu de la problématique soulevée et de la nécessité d'obtenir son point de vue. Il précise que, s'agissant d'une personne morale, les principes déontologiques relatifs à l'identification des personnes physiques dans les médias ne trouvent pas à s'appliquer.

Que le dirigeant de ladite société ait été indirectement rendu reconnaissable hors son cercle de proches suite à cette mention ne contrevient pas non plus à la déontologie dès lors que cette mention était nécessaire en contexte.

Les art. 24 (identification : droit des personnes) et 25 (respect de la vie privée) du Code ont été respectés.

8. Le CDJ constate par ailleurs que la journaliste a, dès qu'elle en a disposé, rapporté la version de l'intéressé, résumant ses propos – tenus hors antenne –, dans lesquels il contestait la mention du nom de son entreprise, soulignant qu'elle était sérieuse, défendait le contrat tel que passé et annonçait qu'il reviendrait vers la journaliste après avoir vérifié les dispositions applicables en matière de garantie légale à ses propres sources. Le CDJ estime que ce faisant, la journaliste a permis au public de prendre connaissance du point de vue de l'intéressé sur la question principale au cœur de l'enquête et lui a permis de comprendre qu'en l'état des discussions, elle ne pouvait apporter d'autres informations sur les aspects plus accessoires du dossier liés à la vente (état du bien d'occasion au moment de la vente, tentative préalable de résoudre le litige).

L'art. 3 (omission d'information) du Code a été respecté sur ce point.

9. Le Conseil note encore que si la journaliste de terrain rapporte les difficultés d'obtenir des employés qu'ils donnent le numéro de téléphone de leur patron en congé, ces constats débriefés en studio ne dépeignent pas pour autant le « vendeur » comme un patron autoritaire dès lors que la discussion aboutit clairement à la conclusion qu'il est compréhensible de ne pas vouloir déranger son supérieur en période de congé. Il remarque que la liberté de ton adoptée par les journalistes en studio ne traduit aucune volonté apparente de nuire au « vendeur », qu'il s'agisse de la société ou de son dirigeant. Il retient ainsi que l'équipe en studio souligne en conclusion de la séquence que l'entreprise est sérieuse, selon le dirigeant qui vient de s'exprimer, mais également selon plusieurs auditeurs qui ont pris contact avec l'équipe suite à la révélation du nom de l'entreprise à l'antenne.

L'art. 3 (omission d'information) du Code a été respecté sur ce point.

Décision : la plainte n'est pas fondée.

Publication :

En vertu du Règlement de procédure du CDJ entré en vigueur le 1^{er} janvier 2023, Vivacité est invitée à publier, dans les 7 jours de l'envoi de la décision, le texte suivant sur son site en page d'accueil pendant 48 heures et à placer sous la séquence en ligne, si elle est disponible ou archivée, une référence à la décision et un hyperlien permanents vers celle-ci sur le site du CDJ.

Texte pour la page d'accueil du site

CDJ – PLAINTÉ NON FONDÉE c. Vivacité (« On n'est pas des pigeons »)

Le CDJ estime que citer le nom de l'entreprise mise en cause afin de pouvoir la retrouver et solliciter son point de vue, au risque de permettre l'identification de son dirigeant, est conforme à la déontologie.

Le Conseil de déontologie journalistique (CDJ) a constaté ce 13 novembre 2024 qu'une enquête en direct de « On n'est pas des pigeons » (Vivacité), consacrée à un litige autour de l'achat d'un tracteur agricole d'occasion, avait respecté la déontologie. Le Conseil a estimé qu'il était légitime que le média cite le nom de l'entreprise dont les journalistes cherchaient à obtenir le point de vue pour comprendre pourquoi le contrat de vente ne prévoyait pas de garantie. Il a relevé que l'identification de son dirigeant

qui pouvait en découler résultait des seules nécessités de l'information. Le CDJ a par ailleurs estimé que le fait que le média cite, sans le préciser aux auditeurs, non pas le nom de l'entreprise qui figurait sur la facture de vente, mais celui de la société qu'il estimait, sur la base de ses recherches, être l'interlocutrice de référence, ne portait pas préjudice à l'enquête. Il a en effet noté que la personne contactée par ce biais assumait la responsabilité du contrat de vente et de l'absence de garantie.

La décision complète du CDJ peut être consultée [ici](#).

Texte à placer sous la séquence en ligne

Saisi d'une plainte à l'encontre de cette séquence, le Conseil de déontologie journalistique a constaté qu'elle était conforme à la déontologie journalistique. Sa décision peut être consultée [ici](#).

La composition du CDJ lors de la décision :

La décision a été prise par consensus.
Il n'y a pas eu de demande de récusation.

Journalistes

Thierry Couvreur
Arnaud Goenen
Alain Vaessen
Véronique Kiesel
Baptiste Hupin
Michel Royer

Éditeurs

Catherine Anciaux
Denis Pierrard
Harry Gentges (par procuration)
Jean-Pierre Jacqmin
Philippe Roussel (par procuration)

Rédacteurs en chef

Nadine Lejaer
Yves Thiran

Société civile

Jean-Jacques Jaspers
Pierre-Arnaud Perroudy
Wajdi Khalifa
Caroline Carpentier
Laurence Mundschau
Ulrike Pommée

Ont participé à la discussion : Michel Visart, Thierry Dupièieux, Sandrine Warsztacki, Martial Dumont, Alejandra Michel et Jean-François Vanwelde.

Muriel Hanot
Secrétaire générale

Denis Pierrard
Président