

UBI b.720 vom 29. Januar 2016

UBI, 2016-01-29, FR

Quelle: https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/ubi_b.720

FR: UBI b.720 du 29 janvier 2016

IT: UBI b.720 del 29 gennaio 2016

Erwägungen

E. 1

La plainte a été déposée dans les délais, accompagnée du rapport de médiation (art. 95 al. 1 LRTV en relation avec l'art. 22a let. b. de la loi fédérale sur la procédure administrative [PA ; RS172.021]). Elle est en outre suffisamment motivée (art. 95 al. 3 LRTV).

E. 2

L'art. 94 définit la qualité pour agir. Peut déposer plainte quiconque était partie à la procédure de réclamation devant l'autorité de médiation et peut prouver que l'objet de l'émission contestée le touche de près (art. 94 al. 1a et 1 b LRTV).

E. 2.1

Une plainte individuelle exige que le plaignant soit lui-même l'objet de l'émission litigieuse ou qu'il ait un lien étroit avec l'objet de l'émission contestée, ce qui le différencie des autres téléspectateurs (décision de l'AIEP b. 693 du 12 décembre 2014, ch. 2).

E. 2.2

En l'espèce, la plaignante est directement concernée par le reportage. Domiciliée en Suisse, elle est citée et sa marque de produits P est montrée dans le reportage. Les conditions d'une plainte individuelle sont donc réalisées.

E. 3

La plaignante conteste l'avis de médiation du 19 juin 2015 rendu par l'organe de médiation RTSR. Il y a lieu de relever que les organes de médiation n'ont pas le pouvoir de prendre des décisions (art. 93 al. 2 LRTV). Une plainte auprès de l'AIEP ne peut être dirigée contre un rapport de médiation mais contre une émission (art. 83 al. 1 let. a LRTV). En outre, l'AIEP n'est pas l'autorité de surveillance des médiateurs de tous les programmes de la SSR. Toute contestation relevant des organes de médiation RTSR est de la compétence de l'Office fédéral de la communication (OFCOM).

E. 4

La plainte définit l'objet du litige et délimite le pouvoir d'examen de l'AIEP. Lorsque celle-ci entre en matière, elle procède librement à l'examen du droit applicable, sans être liée par les griefs formulés ou les motifs invoqués par les parties (Denis Barrelet/Stéphane Werly, Droit de la communication, 2ème édition, Berne, 2011, no 880, p. 262). En particulier, la plaignante invoque une violation de l'art. 4 al. 2 LRTV.

E. 4.1

L'émission « A Bon Entendeur » est le magazine d'information des consommateurs de la RTS qui propose chaque semaine des enquêtes originales, des tests comparatifs. Prix, modes de fabrication, composants, qualité des services, conditions de travail, impacts sur la

santé et sur l'environnement etc... L'émission « A Bon Entendeur » aborde des questions scientifiques, techniques ou éthiques. Le sujet contesté dans le reportage du 14 avril 2015 a été diffusé dans le cadre des « Rubriques » de l'émission, structurées de manière courte et ramassée.

E. 4.2

En l'espèce, la présentatrice introduit le reportage contesté du 14 avril 2015 en annonçant : « [...] je vous en ai déjà parlé il y a quatre ans d'une marque cosmétique P, dont les méthodes de ventes sont plus que persuasives. Dans l'histoire que vous allez entendre ce soir, la méthode utilisée pour obtenir un rendez-vous auprès d'une vieille dame au revenu modeste frise le code ».

E. 4.3

Le reportage se poursuit par la voix off du journaliste qui affirme : « N, on vous avait raconté son histoire il y a quatre ans. Elle [...] a été victime du système de vente à domicile de produits cosmétiques P. [...] Sous prétexte d'un soin de peau gratuit à domicile, l'entreprise fait signer des commandes parfois faramineuses de produits cosmétiques. N était tombée dans le panneau. Et aujourd'hui encore, N est aux poursuites pour sa commande de l'époque qu'elle avait résiliée un jour après la fin du délai légal. Elle n'espérait n'avoir plus jamais à faire avec P. Espoir déçu : la société s'est attaquée à une personne très proche : sa maman JF de 82 ans. La démarcheuse de P n'a eu aucun scrupule à utiliser le prénom de sa fille pour obtenir un rendez-vous ».

2 \ COO.2207.108.2.8846 5/11

E. 4.4

Le reportage se poursuit par le témoignage de JF. Celle-ci affirme : « Elle (la démarcheuse) m'a téléphoné et elle m'a dit votre fille m'a donné votre adresse, je viens vous donner un soin gratuit. En entendant N, je me suis dit, oh c'est peut-être une copine, je la laisse venir ». Le journaliste spécifie qu'une fois les soins donnés, la démarcheuse a eu la main lourde et a pris une commande pour un montant de 1'636,50.- francs auprès de JF. Celle-ci constate : « 1'600.- francs ! Je me suis raidie, j'ai dit je peux pas dire non, je peux pas dire oui, je peux rien dire. Elle (la démarcheuse) a écrit. Elle m'a dit si je pouvais payer toute de suite. Je lui ai dit non, pas du tout. Elle m'a dit si j'avais une carte. J'ai dit oui. Elle m'a dit alors écoutez j'ai la machine, vous pouvez mettre ce que vous voulez. Et [...] je lui ai donné 800 francs avec cette machine. Je n'aurais pas dû, mais je ne sais pas, je ne sais pas ce qui m'a pris ». Le journaliste constate que JF a été victime d'un système bien rôdé, comme le révélait à l'époque une ancienne démarcheuse de produits P, dont un très court témoignage masqué a été diffusé. JF reprend la parole et précise : « Je refuse de me payer des lunettes parce que j'en aurais besoin. Je refuse parce que c'est beaucoup trop cher pour mon âge. Je devrais aussi refaire mes prothèses auriculaires, mais je les fais pas non plus parce que cela m'embête, c'est 2'700.- francs. Alors voilà. Le soir je me suis dit mais vraiment tu t'es laissée embobiner. Je sais pas pourquoi. J'étais prise là ».

E. 4.5

Le journaliste précise dans le reportage que sur les conseils de sa fille, JF a envoyé deux lettres recommandées à la société distribuant les produits P pour annuler sa commande et demander le remboursement de son acompte dans le délai de sept jours pour dédire un tel contrat de démarchage. Puis N intervient dans le reportage et constate que « ils ont utilisé

son prénom, N », que « cela l'a (sa mère) induite en erreur à l'âge qu'elle a », qu'« ils lui ont pris une énorme somme de 818 francs d'acomptes pour une commande de 1'600 francs » et que « c'est le salaire qu'elle touche d'AVS par mois ». Le journaliste poursuit par le témoignage de Valérie Munster, juriste à la Fédération romande des consommateurs. Cette dernière trouve que « franchement ce n'est pas normal, éthiquement cela choque » et « conseille aux gens qui voudraient travailler avec P de le faire avec discernement et de se mettre à la place de la personne [...] Sinon pour les consommateurs, c'est vraiment de faire attention quand on reçoit quelqu'un sous un prétexte d'un soin gratuit [...] ». Le journaliste termine en disant que « JF attend avec espoir mêlé d'une certaine crainte le remboursement de l'acompte versé ».

E. 4.6

Dans l'« extro plateau », immédiatement après la diffusion du reportage, la présentatrice a communiqué que le remboursement des 818,50.- francs avait été effectué et que la société avait bien annulé la commande de JF. Elle rappelle le délai de sept jours, y compris les jours fériés, pour résilier un contrat de démarchage à domicile et que ce délai court dès le lendemain de la signature. Elle a résumé la question posée à la responsable de P à savoir comment la démarcheuse avait pu faire signer un contrat de plus de 1'600.- francs à une dame âgée de 82 ans qui vit dans des conditions plus que modestes. La responsable a répondu : « à aucun moment notre conseillère n'a eu le sentiment que la faculté de jugement de JF avait été altérée par l'âge [...] elle se réjouissait de recevoir les produits qu'elle avait choisis [...] elle a insisté pour payer en deux fois, notre conseillère lui avait indiqué qu'elle pouvait le faire en plusieurs fois [...] C'est sa fille qui lui avait offert en 2008 que nous lui prodiguions un soin du visage ». Et la présentatrice de dire : « Mais démarcher la mère sept ans plus tard, alors qu'il existe toujours un contentieux entre sa fille et P, c'est assez gonflé ! » et de conclure que « sur le plan juridique rien ne permet d'empêcher ce genre de démarchage, si ce n'est que l'Association Suisse de vente directe, dans ses règles de bonne conduite, s'interdit de démarcher des personnes de plus de 75 ans. De règles que P ne respecte visiblement pas ! »

E. 5

L'art. 17 al. 1 de la Constitution fédérale (Cst. ; RS 101) garantit la liberté de la radio et de la télévision. L'art. 93 al. 3 Cst. et l'art. 6 al. 2 LRTV protègent l'autonomie du diffuseur. Celui-ci est libre de choisir un thème dans une émission ou un reportage et de le traiter comme il l'entend. Il n'existe aucun thème qui ne pourrait être débattu dans les médias électroniques (voir Denis Masméjan, Denis Masméjan/Bertil Cottier/Nicolas Capt (édit.) : Loi sur la radio-télévision (LRTV), Berne 2014, p.123, no 12 concernant l'art. 6 al. 2 LRTV ; décision de l'AIEP b. 483 du 14 mai 2004, ch. 5 [« Drohung »]), y compris de manière critique. Ce faisant, ils

2 \ COO.2207.108.2.8846 6/11

doivent respecter les dispositions correspondantes applicables au contenu des émissions rédactionnelles. Parmi celles-ci figurent notamment l'exigence de présenter fidèlement les événements (art. 4 al. 2 LRTV).

E. 5.1

Eu égard au principe énoncé à l'art. 4 al. 2 LRTV, l'AIEP examine si le public a pu se faire l'idée la plus juste possible des faits ou d'un sujet et s'il est à même de se forger son propre

avis (ATF 137 I 340, cons. 3.2, p. 344s [« FDP und die Pharmedia »] ; ATF 131 II 253 cons. 2.1ss, p. 256ss [« Rentenmissbrauch »]). Le public doit aussi pouvoir reconnaître les commentaires sujets à controverse. Des erreurs portant sur des éléments mineurs, de même que des imperfections au niveau rédactionnel, qui ne sont pas susceptibles d'influencer notablement la vue d'ensemble fournie par l'émission, sont sans incidence du point de vue du droit des programmes (ATF 131 II 253 précité, cons. 3.4 ; ATF non publié du 22 août 2005 dans la cause 2A.41/2005 [« Kunstfehler »], cons. 3.1). Pour que le public soit en mesure de se forger sa propre opinion, le diffuseur doit respecter les devoirs essentiels de diligence journalistique (Denis Barrelet/Stéphane Werly, op. cit. p. 267ss ; Peter Studer/Rudolf Mayr von Baldegg, *Medienrecht für die Praxis*, 4ème édition, Zurich 2011, p. 216ss ; Denis Masmajan, op. cit., p. 95 no 41 concernant l'art. 4 al. 2 LRTV).

E. 5.2

Les dispositions du droit des programmes n'excluent ni les prises de position ou les critiques des diffuseurs, ni le journalisme engagé / journalisme d'enquête (anwaltschaftlicher Journalismus). Dans des émissions de ce type, qui soulèvent de graves reproches et qui contiennent un risque considérable de dommages matériels ou immatériels pour la personne directement concernée ou des tiers, des exigences accrues sont requises en ce qui concerne la transparence et les devoirs de diligence journalistiques (voir Denis Barrelet/Stéphane Werly, op. cit., p. 268 et ss). En présence d'une grave accusation, il y a lieu, dans la mesure du possible, de donner la parole à l'autorité ou à la personne attaquée et qu'elle puisse se défendre avec ses meilleurs arguments (ATF 137 I 340 précitée, cons. 3.2, p. 346 ; arrêts non publiés du Tribunal fédéral 2C_664/2010 du 6 avril 2011, cons. 2.1.3 [« Yasmin »] ; 2C_542/2007 du 19 mars 2008, cons. 1.2, 4 et 5 [« Fuente Alamo »] et 2A_653/2005 du 9 mars 2006, cons. 3.2 et ss [« Management-Kurse »]). La présentation fidèle des événements n'exige cependant pas que tous les points de vue soient représentés de manière équivalente sur le plan qualitatif ou quantitatif (ATF non publié du 12 septembre 2000 2A.32/2000 cons. 2b/cc [« Vermietungen im Milieu »]). L'ampleur de la diligence requise dépend des circonstances concrètes, du caractère et des particularités de l'émission ainsi que des connaissances préalables du public (ATF 131 II 253 précité cons. 2.1ss p. 257).

E. 5.3

Pour le contrôle et le respect de l'art. 4 al. 2 LRTV, il y a lieu de prendre en considération l'impression générale d'ensemble qui se dégage du reportage du 14 avril 2015 dans sa globalité (arrêt du TF du 1er mai 2009, 2C_862/2008 cons. 6.2. [« Le juge, le psy et l'accusé »]).

E. 6

La plaignante soutient que le reportage contesté du 14 avril 2015 a violé l'art. 4 al. 2 LRTV, dans ce sens que le reportage a été partial, que certains éléments importants pour la compréhension du sujet ont été passés sous silence et que des faits ont été tronqués et ont fait l'objet d'une présentation fallacieuse. L'obligation de présenter fidèlement les événements de l'art. 4 al. 2 LRTV s'applique aux émissions d'information ou aux parties d'émissions qui prétendent transmettre des informations (cf. Denis Barrelet/Stéphane Werly, op. cit., no 894, p. 266 et cf. message du Conseil Fédéral relatif à la révision totale de la LRTV du 18 décembre 2002 ; FF 2003 1516). Le principe de la présentation fidèle des événements s'applique ainsi à l'émission « A Bon Entendeur », dès lors qu'il s'agit d'une

émission ayant un contenu informatif.

E. 6.1

L'autonomie des diffuseurs garantit la liberté de radio et de télévision en matière de conception des programmes, à savoir la manière de traiter le contenu et la présentation ainsi que le choix des sujets et l'angle du reportage (cf. ch. 5 ci-dessus). Le thème du reportage du 14 avril 2015 visait à dénoncer les méthodes de démarchage à domicile persuasives et bien rôdées, notamment de la Société F, profitant de la faiblesse des personnes très âgées, en

2 \ COO.2207.108.2.8846 7/11

l'espèce d'une dame de 82 ans au revenu modeste. Il s'agit d'un reportage d'enquête (journalisme engagé/journalisme d'enquête) dans lequel l'émission « A Bon Entendeur » prenait position pour les personnes très âgées et au revenu très modeste victimes de ce genre de vente à domicile. Le thème et l'angle du reportage, présentés lors de l'introduction, étaient ainsi clairement reconnaissables pour le public. Ce dernier était conscient que le reportage allait aborder ce sujet tout spécifique. Par ailleurs, dès l'introduction, la présentatrice a rappelé avoir traité il y a quatre ans le sujet des méthodes plus que persuasives de vente à domicile d'une marque de cosmétiques P et relevé que dans l'histoire qui allait être diffusée « la méthode utilisée pour obtenir un rendez-vous auprès d'une vieille dame au revenu modeste frisait le code ». Les téléspectateurs ont été emmenés à réfléchir dès le début à ce qu'ils allaient voir au cours du reportage et à se poser des questions.

E. 6.2

La plaignante conteste tout d'abord que le reportage du 14 avril 2015 répond à un intérêt public évident. Or, le message véhiculé par la diffusion de ce reportage, au travers le témoignage de JF, était justement celui d'informer le public - et surtout les personnes très âgées et à revenu modeste et leur entourage - des méthodes très persuasives utilisées par la plaignante pour obtenir un rendez-vous et faire passer ensuite une commande de produits auprès de personnes très âgées, dont le prix dépasse leurs capacités financières. Ce reportage a ainsi permis de mettre en garde les personnes âgées au sujet des méthodes utilisées lors du démarchage à domicile et de mettre en lumière leur vulnérabilité et leur faiblesse, les conséquences financières parfois catastrophiques engendrées par une commande conclue lors d'une telle vente, ainsi que la possibilité de la résilier dans le délai légal de sept jours. La diffusion du reportage contesté présentait un intérêt informatif essentiel pour le public. Il y a lieu de rappeler qu'un des buts d'un magazine d'information des consommateurs comme « A Bon Entendeur » est justement celui de défendre les consommateurs ainsi que les parties faibles contre des abus éventuels. L'influence de ce genre de magazine est régulièrement mesurable, que ce soit dans le règlement de litiges dont les consommateurs sont victimes ou les pratiques de fabricants, distributeurs, opérateurs du marché économique. Par ailleurs, en vertu de l'autonomie des programmes, le diffuseur est libre de choisir un thème et de le traiter comme il l'entend (cf. point 5 ci-dessus).

E. 6.3

La plaignante relève que le reportage laisse croire aux téléspectateurs que JF ne connaissait pas la société F, qui distribue les produits P, lorsqu'elle a été contactée par

téléphone en mars 2015. Il est vrai que le reportage ne mentionne pas que JF était cliente de F depuis 2008 et qu'elle avait passé une commande de produits P. Cet élément indique que JF avait passé une commande en 2008 à l'âge de 75 ans, mais n'explique pas pourquoi on l'a recontactée seulement sept ans plus tard à l'âge de 82 ans pour lui vendre des produits de beauté dont elle n'aurait assurément pas l'utilité. Ce fait, qui remonte à quelques années déjà, n'est pas un fait essentiel, dans la mesure où ce sont les méthodes de vente à domicile utilisées par la Société F à l'égard des personnes très âgées et au revenu modeste qui sont dénoncées dans le reportage. L'omission de cette information est ainsi un point secondaire sans influence notable sur l'opinion du public en général.

E. 6.4

La plaignante prétend que sa conseillère n'a jamais mentionné le prénom (N) de la fille de JF lors de la prise de rendez-vous du 12 mars 2015 et que c'est précisément en raison du précédent achat effectué en 2008 que JF a été recontactée. Il y a lieu d'observer que la plaignante, lors des échanges de messages avec la productrice et présentatrice de l'émission « A Bon Entendeur » (cf. fax du 2 avril 2015 et courrier du 10 avril suivant), n'a pas contesté le fait que le prénom de la fille de JF ait pu être utilisé par sa conseillère lors de la prise de rendez-vous du 12 mars 2015, mais a seulement admis que la fille de JF avait offert en 2008 à sa mère un soin du visage, dont elle a pu profiter lors du rendez-vous du 13 mars 2015. La plaignante avait pourtant été questionnée dans le fax du 2 avril 2015 sur le fait que sa conseillère avait clairement indiqué à JF que le soin gratuit avait été proposé par sa fille N. Lors de la diffusion du reportage contesté JF a affirmé que, en entendant le prénom de sa fille N de la part de la conseillère, elle a accepté le rendez-vous du 13 mars 2015. Ce n'est qu'après la diffusion du reportage incriminé, lors des procédures de réclamation auprès du médiateur et de plainte auprès de l'AIEP, que la plaignante conteste le fait que le prénom de la fille de JF

2 \ COO.2207.108.2.8846 8/11

ait pu être mentionné par sa conseillère lors de la prise de rendez-vous avec JF afin de la convaincre de se laisser prodiguer un soin. Il sied toutefois de constater que la plaignante a eu tout loisir de rectifier ces faits dans sa réponse du 10 avril 2015 déjà. En outre, si sa conseillère n'avait pas accès aux données concernant la fille N, elle se serait également empressée de le préciser. F n'ayant contesté ces faits dans sa réponse du 10 avril 2015, la présentatrice d'« A Bon Entendeur » les a justement communiqués à la fin du reportage.

E. 6.5

Selon la plaignante l'utilisation des mots pour qualifier JF, tels que « vieille dame », « grand-maman », « octogénaire », « à revenu très modeste » dans le reportage incriminé, la victimise. Pourtant ces termes qualifient correctement et objectivement JF, dès lors qu'elle est âgée de 82 ans et dispose d'un revenu modeste de 1'600 francs d'AVS par mois, et ne la victimisent en général pas. La plaignante reproche également le fait que le reportage a cité le nom de sa société F à huit reprises en huit minutes de reportage, a montré la marque P à l'écran par la présentation de ses produits de beauté et par l'entête de la facture adressée à JF, et a utilisé des termes, à son avis, péjoratifs (« la société s'est attaquée », « sans scrupule », « la méthode utilisée [...] frise le code », « victime d'un système bien rôdé », « litige » etc...), induisant une image particulièrement négative et biaisée d'elle-même auprès des téléspectateurs et la décrédibilisant sur le marché. S'il est vrai que la terminologie employée est critique et directe, elle correspond à la méthode agressive, agaçante et utilisée

par la plaignante, connue par nombre de consommateurs et de téléspectateurs qui témoignent régulièrement de leur mécontentement. L'utilisation de ces expressions reste toutefois dans les limites du tolérable. La répétition du nom de la société de la plaignante, qui peut paraître un peu excessif, et la présentation des produits qu'elle distribue avaient pour but de mettre en garde le public, en particulier les personnes âgées pas trop réceptives et susceptibles d'être le plus touchées par ce genre de démarchage, des méthodes utilisées par la plaignante et de leur montrer les produits qu'elle diffuse. Ces expressions et leur répétition ne pouvaient pas fausser l'impression du public concernant le cas présenté de JF.

E. 6.6

La plaignante estime que la mise en scène de l'interview de la représentante juridique de la Fédération romande des consommateurs (FRC) induit « très certainement » les téléspectateurs en erreur, les conduisant à croire que le démarchage à domicile de ses produits de beauté serait illicite. La rédaction d'« A Bon Entendeur » a fait le choix de faire appel à cette responsable. Les images diffusées tout au début de l'intervention de la représentante de la FRC, la montrant assise à son bureau feuilletant le Code des obligations, son outil de travail, entendaient illustrer son activité en tant que juriste au sein de la Fédération. Son intervention a apporté une appréciation éthique (« Franchement, je trouve que ce n'est pas normal, éthiquement cela me choque ») et non juridique du cas de JF. Le public a compris que cette intervention reflétait une prise de position personnelle. La mise en scène de cette intervention ne pouvait pas avoir une influence trompeuse sur la formation de l'opinion du public.

E. 6.7

La plaignante retient également que les propos de la présentatrice d'« A Bon Entendeur » à la fin de l'« extro plateau », immédiatement à la suite du reportage, induisent les téléspectateurs en erreur en donnant l'impression qu'elle agit - une fois de plus - illicitement en vendant ses produits à des personnes de plus de 75 ans. Toutefois, la présentatrice d'« A Bon Entendeur » explique clairement dans l'« extro plateau » que le droit en Suisse n'interdit pas ce genre de démarchage à domicile, excepté le fait que l'Association Suisse de vente directe (SVDF) a édicté des règles de bonne conduite par lesquelles elle s'interdit de démarcher des personnes de plus de 75 ans. Ces règles de bonne conduite ne sont pas des règles juridiques contraignantes et illicites si elles ne sont pas respectées, mais des règles morales et n'engagent que cette Association et les sociétés qui y ont adhéré et le public l'a clairement compris et n'a pas été induit en erreur. De plus, tant la prise de contact par téléphone que le déroulement de la vente à domicile et le contrat conclu entre la conseillère P et JF ont été correctement présentés au cours du reportage (contrairement au cas b. 701/702 du 13 mars 2015 [«Espresso »]). Aucune violation du droit n'a été constatée dans le reportage mais seuls des reproches d'ordre éthique ont été soulevés (cf. ch. 6.6. ci-dessus). Point n'était dès lors nécessaire de rappeler, comme l'aurait souhaité la plaignante, que ces règles de bonne conduite n'étaient pas contraignantes ni d'indiquer quelles sociétés y avaient adhéré.

2 \ COO.2207.108.2.8846 9/11

E. 6.8

La plaignante soutient que JF était capable de discernement lorsqu'elle a souscrit la commande de vente de produit P. Toutefois, dans le reportage contesté, JF n'est pas du tout présentée comme incapable de discernement. La thématique abordée étant celle du

problème éthique posé par le démarchage à domicile de personnes âgées de plus de 80 ans, dans l'incapacité (morale et physique) de s'opposer aux méthodes agressives et très persuasives utilisées. Par ailleurs, le reportage incriminé n'entendait pas dénoncer les prix élevés des produits de beauté P. La présentation au public du montant de la facture finale adressée à JF permettait de faire le lien entre les moyens très limités de JF par rapport au prix des produits proposés, dont une dame de 82 ans n'aurait probablement pas l'utilité. Il n'était donc pas nécessaire de comparer les prix des produits distribués par la plaignante par rapport à d'autres marques. Ce n'était ni le thème ni l'angle du reportage.

E. 6.9

La plaignante conteste le fait que le reportage mentionne que, N, la fille de JF, fait encore l'objet d'une poursuite pour le paiement d'une commande de produits P effectuée en 2011. L'intimée soutient que selon le dernier extrait des poursuites de 2014, la poursuite de N était toujours inscrite. Après vérification, auprès de l'Office des poursuites fin mai 2015, il s'était avéré que cette poursuite avait été radiée le 17 mars 2015, soit quatre jours après la commande de JF, sans qu'aucun paiement ait été effectué ou aucune correspondance échangée. La RTS a ensuite publié un correctif dans l'environnement immédiat de la vidéo en ligne de l'émission litigieuse. Certes, la production d'« A Bon Entendeur » a commis une erreur en ne vérifiant pas l'état de la poursuite de N avant la diffusion du reportage du 14 avril 2015. Toutefois, il s'agit d'une erreur sur un point secondaire qui a été corrigé par la suite.

E. 6.10

La plaignante soutient qu'elle n'a pas pu présenter adéquatement son point de vue au cours du reportage contesté.

E. 6.10.1

Elle estime, tout d'abord, qu'elle n'a pas disposé de suffisamment de temps pour répondre aux questions concernant le cas de JF que la productrice et présentatrice d'« A Bon Entendeur » lui avait soumises par fax le 2 avril 2015. Celle-là lui avait octroyé un délai au 10 avril 2015 à minuit pour présenter sa réponse écrite. Le 10 avril 2015 en début d'après-midi, la plaignante a transmis ses déterminations par courriel. Contrairement à ce que prétend la plaignante, elle a eu à disposition un délai de quatre jours et non de 48h, ce qui est suffisant pour prendre position de manière adéquate. Une demande de prolongation du délai imparti n'a apparemment pas été requise par la plaignante.

E. 6.10.2

La plaignante prétend ensuite que la rédaction d'« A Bon Entendeur » n'a pas pris la peine de lui proposer de participer au reportage en question, alors qu'elle a choisi d'interviewer la représentante juridique de la Fédération Romande des Consommateurs (FRC). En vertu de la liberté des médias et de l'autonomie des programmes (cf. ch. 5 ci-dessus), les diffuseurs peuvent inviter les personnes, les associations, les organisations, les experts de leur choix (voire Masméjan, op. cit. p. 99 n° 50 à 52). La rédaction d'« A Bon Entendeur » a fait appel à la représentante juridique de la FRC pour ses connaissances approfondies des problèmes posés par le démarchage téléphonique et la vente à domicile. Son intervention n'a pas été neutre, dans la mesure où la FRC défend les intérêts des consommateurs. Toutefois, cette brève intervention a été parfaitement reconnaissable par le public comme reflétant l'opinion personnelle de la juriste de la FRC (cf. point 6.6. ci-dessus). Quant à la plaignante, si elle n'a pas été invitée à participer au reportage, elle a par contre eu la possibilité de donner son

point de vue sur tous les faits la mettant en cause soulevés par la présentatrice d'« A Bon Entendeur » dans le fax du 2 avril 2015. Certes, la présentatrice aurait pu poser des questions plus concrètes et exhaustives ; toutefois, elles ont été correctes et pertinentes et la plaignante a pu se déterminer adéquatement et avec ses meilleurs arguments sur les reproches dirigés à son encontre et que le reportage a ensuite diffusés. Les éléments essentiels de son point de vue ont ainsi été communiqués à la fin du reportage dans l'« extro plateau », engendrant un effet considérable sur la formation de l'opinion du public en général.

2 \ COO.2207.108.2.8846 10/11

E. 6.10.3

Enfin, la plaignante prétend que seuls certains passages de sa détermination du 10 avril 2015 ont été mentionnés dans le reportage, plus précisément dans l'« extro plateau ». Quoiqu'elle en dise, tous les points essentiels de sa réponse du 10 avril 2015 ont été portés à la connaissance du public. La présentatrice annonce tout d'abord, à la suite des propos du journaliste affirmant que « JF attend avec espoir mêlé d'une certaine crainte, le remboursement de l'acompte versé », que le remboursement a été effectué et la commande annulée. Si le journaliste émet des doutes c'est en raison des propos tenus dans le courriel du 10 avril 2015, à savoir « que l'acompte lui serait retourné », que « l'acompte devrait être crédité ». Ensuite, la présentatrice résume les points contestés dans le courriel du 10 avril 2015 en affirmant que « à aucun moment, notre conseillère n'a eu le sentiment que la faculté de jugement de JF avait été altérée par l'âge [...] elle se réjouissait de recevoir les produits qu'elle avait choisis [...] elle a insisté pour payer en deux fois, notre conseillère lui avait indiqué qu'elle pouvait le faire en plusieurs fois [...] C'est sa fille qui lui avait offert en 2008 que nous lui prodiguions un soin du visage ». L'essentiel de la réponse de la plaignante a ainsi été correctement rapporté.

E. 6.11

En conclusion, il y a lieu d'admettre que le reportage du 14 avril 2015 aurait pu être conçu et réalisé différemment. Le thème du reportage portait sur la dénonciation des méthodes persuasives et bien rôdées de démarchage à domicile de produits de beauté à l'encontre d'une personne très âgée au revenu modeste, dans l'incapacité (morale et physique) de se défendre, et était clairement reconnaissable par le public. Les faits essentiels concernant la prise de rendez-vous par téléphone et la vente à domicile de produits P à JF ont été présentés de manière correcte et transparente. Aucune violation du droit n'a été constatée dans le reportage ; seuls des reproches d'ordre éthique ont été soulevés. Au vu de l'ensemble du reportage, les omissions constatées, à savoir que JF était cliente de la plaignante depuis 2008, que la démarcheuse n'avait jamais mentionné le prénom de la fille de JF lors de l'appel téléphonique et que les règles de bonne conduite de la SVDF n'étaient pas contraignantes, et l'erreur portant sur l'absence de vérification de la poursuite de N ont porté sur des points secondaires sans influence notable sur l'opinion du public en général concernant la compréhension du cas. Le public a pu faire la distinction entre faits et commentaires personnels de la présentatrice et du journaliste du reportage, bien que quelque peu exagérés, ainsi que de l'invitée. De plus, la plaignante a pu donner son point de vue qui a été correctement rapporté en fin du reportage dans l'« extro plateau » sur les reproches formulés à son encontre.

E. 7

A la lumière de ce qui précède, l'AIEP considère que, dans son ensemble, le reportage du 14 avril 2015 n'a pas violé le principe de la présentation fidèle des événements de l'art. 4 al. 2 LRTV. La plainte du 24 août 2015 doit donc être rejetée, dans la mesure où elle est recevable. Aucun frais de procédure n'est mis à la charge de la plaignante (art. 98 al. 1 LRTV).

2 \ COO.2207.108.2.8846 11/11

Par ces motifs, l'Autorité de plainte:

1. Rejette la plainte par 5 voix contre 4, dans la mesure où elle est recevable.
2. Ne perçoit aucun frais de procédure.
3. Communique cette décision à:

(...)

Au nom de l'Autorité indépendante d'examen des plaintes en matière de radio-télévision

Indication des voies de droit

En application des articles 99 LRTV et 82 al. 1 lit. a, 86 al. 1 lit. c et 89 de la loi fédérale du 17 juin 2005 sur le Tribunal fédéral (LTF ; RS 173.110), les décisions de l'Autorité de plainte peuvent être déférées au Tribunal fédéral par recours, dans les trente jours qui suivent leur notification.

Envoi : 31 mai 2016

Export aus OpenCaseLaw (CC0). Verbindlich ist allein der vom erlassenden Gericht veröffentlichte Originaltext. Quellen-URL siehe oben.