

## **UBI b.809 vom 13. September 2019**

UBI, 2019-09-13, FR

Quelle: [https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/ubi\\_b.809](https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/ubi_b.809)

FR: UBI b.809 du 13 septembre 2019

IT: UBI b.809 del 13 settembre 2019

### **Erwägungen**

#### **E. 1**

La plainte a été déposée dans les délais, accompagnée du rapport de médiation (art. 95 al. 1 LRTV). 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. 1 let. a et al. 1 let. b LRTV). 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). En l'espèce, les plaignants sont directement concernés par le reportage contesté. A et ses sociétés sont domiciliés en Suisse, on les cite dans le reportage (on parle du Groupe Orllati) et A, son propriétaire, est montré à l'écran. Les conditions d'une plainte individuelle sont donc réalisées.

#### **E. 3**

L'art. 97 al. 2 let. a LRTV limite le pouvoir d'examen de l'AIEP. En effet, celle-ci peut uniquement examiner sur plainte si les émissions contestées enfreignent les dispositions relatives au contenu des émissions rédactionnelles des art. 4 et 5 LRTV ou du droit international applicable, ou si le refus d'accorder l'accès au contenu du programme est illicite. Tout autre grief ou conclusion sortant de ce cadre est irrecevable. Lorsque l'Autorité de plainte constate une violation du droit, elle peut recourir à la procédure de l'art. 89 LRTV (voir Rapport annuel 2011 de l'AIEP, p. 14). Elle ne peut pas décider elle-même de prendre les mesures en vertu de la disposition précitée afin de remédier au manquement constaté et prévenir toute nouvelle violation.

##### **E. 3.1**

Ainsi, les conclusions des plaignants demandant à l'AIEP notamment, en cas d'admission de leur plainte, de prendre des mesures, telles qu'informer les téléspectateurs de la décision de l'AIEP dans un délai d'une semaine, au début d'une émission « Mise au point » pendant 30 secondes minimum et à procéder à l'archivage du reportage contesté après six mois n'entrent pas dans le champ de compétence de l'AIEP.

##### **E. 3.2**

Sont également irrecevables les griefs des plaignants se fondant sur l'atteinte à leur réputation suite à la diffusion du reportage du 14 octobre 2018 et donc sur une violation des droits de la personnalité. Comme l'a reconnu le TF dans son arrêt ATF 134 II 260 cons. 6.2 p. 262 (« Schönheitschirurgen »), des aspects touchant à la sphère privée n'entrent pas dans

la compétence de l'AIEP car l'application du droit individuel à la protection de la personnalité relève du droit pénal et civil.

#### **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, n° 880, p. 262). In casu, les plaignants invoquent une violation de l'art. 4 al. 2 LRTV (présentation fidèle des événements).

##### **E. 4.1**

La présentatrice de « Mise au point », Catherine Sommer, introduit le reportage par ces mots : « C'est une histoire de famille d'abord, celle de deux frères arrivés ados du Kosovo pour se retrouver à la tête d'un poids lourd de la construction qui porte leur nom : Orllati. C'est aussi l'histoire d'une entreprise qui multiplie les contrats, les bas prix, les millions, là où les autres sont à la peine. Un succès qui soulève des questions. Quelle est donc la méthode Orllati, François Ruchti a enquêté ».

##### **E. 4.2**

La voix off indique : « [...] Le groupe au logo turquoise est un géant de la construction et de l'immobilier. Plus de 850 employés, 400 machines de chantier et même un hélicoptère. Parti de rien, A et ses frères, originaires du Kosovo, ont bâti un empire. En quelques années, l'entreprise s'est imposée partout en Suisse romande. Un vrai conte de fées, dont on ne sait pas grande chose. Le groupe justifie son succès par une méthode simple : se lever tôt et travailler dur ».

5/13

##### **E. 4.3**

Le reportage continue avec une séquence portant sur les relations avec les syndicats. Le journaliste fait part des reproches d'UNIA à l'égard de l'entreprise Orllati pour l'emploi massif de travailleurs temporaires. Yves Mugny, responsable du secteur bâtiment chez UNIA Genève, affirme que « sur les chantiers, leurs cadres à eux (de l'entreprise Orllati), leurs contre-maîtres sont sortis une fois avec des armes à feu contre ses collaborateurs ». La voix off spécifie que « après vérification, la justice a effectivement condamné un contremaître pour menace avec un fusil à air comprimé » et que « la direction régional (d'Orllati) n'a pas souhaité s'exprimer. Par communiqué de presse, l'entreprise réfute les accusations des syndicalistes ».

##### **E. 4.4**

Le journaliste aborde ensuite la question du travail en tant que méthode du succès et résume le parcours du patron A et de son expansion fulgurante. Suit une séquence sur le sponsoring au cours de laquelle le président d'Yverdon Sport et ami de la famille Orllati est interviewé. Ce dernier fait état de la générosité du Groupe Orllati, en particulier de A, de sa stratégie marketing et affirme que la réussite du Groupe dérange beaucoup. L'affaire Bernard Nicod en est la preuve, spécifie la voix-off. Cette dernière relève que le groupe « sponsorise sans compter » et « soigne tout particulièrement les représentants des communes, ceux-là qui attribuent de nombreux mandats de construction ». Claudine Wyssa, présidente de l'Union

des communes Vaudoises, à la question du journaliste « Mais ils n'ont pas peur d'être influencés ? Ben les communes, je veux dire être influencées par ces sociétés qui mettent de l'argent ? » répond « Je ne pense pas qu'il y ait du souci à ce niveau-là, les communes de toute façon ne vivent pas de sponsoring. Les relations que ce type d'entreprises peuvent avoir avec les communes sont en général assez claires, je pense que le risque est vraiment inexistant ».

#### **E. 4.5**

Puis, dans une interview Jean-Luc Pirlot, s'exprimant au nom de l'AVGD, émet des doutes quant à la neutralité de certains services de l'Etat et des soupçons de favoritisme du canton à l'égard du Groupe Orllati. Il s'ensuit immédiatement la réaction de la Conseillère d'Etat Jacqueline de Quattro qui réfute ces reproches en affirmant que « [...] mon département ne favorise personne ».

#### **E. 4.6**

S'agissant de la capacité financière du Groupe Orllati, le reportage fait part du témoignage de A paru dans le Journal « 24 heures » concernant l'opération de revente du bâtiment Kodak en 2012, suivi d'une interview de François Marthaler, ancien Conseiller d'Etat du canton de Vaud, qui revient sur cet investissement. Puis la voix off indique que « pendant des jours nous avons analysé ses investissements (d'Orllati) [...]. D'où vient cet argent ? Nous avons contacté des dizaines d'entrepreneurs. Tous se posent la même question ». Jean-Luc Pirlot s'interroge sur le fait de savoir comment une entreprise qui est partie de rien dans un secteur difficile a réussi à grimper haut aussi vite. Il affirme : « On ne comprend pas [...] ». Il s'ensuit un extrait d'une citation de A qui indique : « Nos concurrents répètent sans cesse cela afin de semer le doute [...] ».

#### **E. 4.7**

S'agissant de la politique tarifaire, aux commentaires de la voix off (« Pour ces concurrents, Orllati travaille à des tarifs trop bas [...]») et de Jean-Luc Pirlot (« Comment est-il possible d'obtenir des marchés à des tarifs inférieurs tout en dégagant des marges supérieures [...]. [...] Comment fait-il ? ») le Groupe Orllati prend position dans l'extro plateau affirmant réfuter pratiquer des prix plus bas que ses concurrents.

#### **E. 4.8**

Le reportage se termine par les mots de la voix off : « Le mystère reste entier sur la méthode Orllati [...] ».

#### **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. Ce faisant, les diffuseurs doivent respecter les dispositions correspondantes applicables au contenu des émissions rédactionnelles. Parmi celles-ci figure notamment le principe de présenter fidèlement les événements (art. 4 al. 2 LRTV).

6/13

#### **E. 6**

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. Pour que le public soit en mesure de se forger sa propre opinion, le diffuseur doit respecter les devoirs essentiels de diligence journalistique (cf. Urs Saxer/Florian Brunner, *Rundfunkrecht – Das Recht von Radio und Fernsehen*, in: Biaggini et al. [édit.], *Fach- handbuch Verwaltungsrecht*, 2015, n° 7.104ss, p. 312ss ; Denis Barrelet/Stéphane Werly, op. cit., p. 267ss ; Rudolf Mayr von Baldegg/Dominique Strebler, *Medienrecht für die Praxis*, 2018, 5ème édition, p. 258ss ; Denis Masméjan, in: Denis Masméjan/Bertil Cottier/Nicolas Capt [édit.], *Loi sur la radio-télévision, Commentaire*, 2014, n° 43ss, p. 96ss concernant l'art. 4 al. 2 LRTV ; Rolf H. Weber, *Rundfunkrecht*, 2008, n° 20ss, p. 58ss). 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, cons. 2.1ss, p. 257).

### **E. 6.1**

Les dispositions du droit des programmes n'excluent ni les prises de position ou les critiques des diffuseurs, ni le 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. 268ss). 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, cons. 3.2, p. 346 ; arrêts du TF 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. 3.2ss [« 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 (arrêt 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, cons. 2.1ss p. 257).

### **E. 6.2**

[« Le juge, le psy et l'accusé »]).

### **E. 7**

En l'espèce, l'émission « Mise au Point » représente un magazine d'information qui revisite à sa manière chaque dimanche soir, en direct, l'actualité nationale et internationale. Les sujets – politiques, économiques, culturels ou de société – sont traités de manière approfondie et sont préparés des semaines, voire des mois à l'avance. Pour élaborer l'émission, les journalistes disposent donc du temps nécessaire pour procéder à toutes les recherches éventuelles, contrairement à une émission d'information quotidienne. Le principe de la présentation fidèle des événements s'applique ainsi à l'émission « Mise au point », dès lors qu'il s'agit d'une émission ayant un contenu informatif.

### **E. 7.1**

L'autonomie du diffuseur garantit la liberté de radio et de télévision en matière de conception des programmes, à savoir notamment, le choix du sujet et la manière de le traiter (cf. cons. 5. ci-dessus). Le succès remarquable de l'entreprise Orllati, active dans le domaine de la construction et devenue en quelques années un acteur majeur du secteur en Suisse romande, a suscité des interrogations et des controverses dans différents milieux et dans la presse. C'est dans ce contexte que la rédaction de l'émission « Mise au point » s'est intéressée à l'entreprise Orllati et a mené une enquête pour comprendre son succès (la *success story* Orllati). C'est précisément ce qu'elle a fait dans le reportage de « Mise au point » du 14 octobre

7/13

2018 intitulé « Beaux comme des camions ». Le thème du reportage était annoncé dans l'introduction : « C'est une histoire de famille d'abord, celle de deux frères arrivés ados du Kosovo pour se retrouver à la tête d'un poids lourd de la construction qui porte leur nom Orllati. C'est aussi l'histoire d'une entreprise qui multiplie les contrats, les bas prix, les millions, là où les autres sont à la peine. Un succès qui soulève des questions. [...] ». L'introduction présente le postulat de l'enquête, à savoir les raisons qui ont poussé les journalistes de « Mise au point » à s'intéresser au Groupe Orllati afin de comprendre la méthode de son succès. Le sujet du reportage était ainsi clairement reconnaissable pour le public qui a pu comprendre la motivation et l'intention éditoriale de « Mise au point » derrière cette enquête. L'on ne saurait déduire dès l'introduction du sujet que le reportage met en place un mécanisme tendancieux pour construire le mystère autour du succès Orllati, comme le prétendent les plaignants.

### **E. 7.2**

Dans le cas d'espèce, le public disposait de connaissances préalables concernant l'entreprise Orllati. Cette entreprise de construction est non seulement devenue en quelques années un acteur bien en vue du paysage immobilier de Suisse romande, vaudois en particulier, régulièrement évoqué dans les médias (« le temps.ch » du 16, 17 et 18 juin 2017) et les émissions de la RTS (p. ex. « Le 19h30 » du 9 juin 2018, « Forum » du 7 décembre 2017), mais elle s'est également fait connaître en raison du litige l'opposant à son concurrent, le promoteur immobilier lausannois Bernard Nicod. Celui-ci avait alimenté une campagne de lettres anonymes accusant à tort Orllati de polluer systématiquement le sous-sol dans plusieurs sites où il opère (journal « Le Temps » du 30 novembre 2017 et du 15 novembre 2017, « 24 heures » du 2 décembre 2016).

### **E. 7.3**

A titre liminaire, l'AIEP constate que A et ses sociétés ont été présentés de manière correcte, transparente, voire même parfois élogieuse dans le reportage. La voix off indique : « Le groupe au logo turquoise est un géant de la construction et de l'immobilier. Plus de 850 employés, 400 machines de chantier et même un hélicoptère », « Parti de rien, A et ses frères, originaires du Kosovo, ont bâti un empire », « En quelques années, l'entreprise s'est imposée partout en Suisse romande. Un vrai conte de fées [...] », « L'homme est modeste et maintient une culture de discrétion [...] », « [...] très généreux, malin et intelligent ». Dès l'introduction et au fil du reportage, le public a été en mesure de comprendre qu'il était question d'une entreprise familiale partie de rien, travailleuse, fiable et discrète, dont la réussite suscitait bien des jalousies parmi ses concurrents et soulevait des questions. Le

public a donc compris qu'il s'agissait d'un reportage critique.

En outre, les intervenants dans le reportage (cf. Denis Masméjan, op. cit. p. 99, n° 50 à 52), étaient clairement reconnaissables par le public qui a pu comprendre à quel titre ils intervenaient (« ITW Yves Mugny UNIA GE », « Président du club de foot d'Yverdon », « Président Union des communes Vaudoises », « Jean-Luc Pirlot de l'AVGD », « La Conseillère d'Etat du Canton de Vaud Jacqueline de Quattro », « François Marthaler ancien Conseiller d'Etat vaudois »).

#### **E. 7.4**

Les plaignants reprochent au reportage d'avoir évoqué dans l'introduction l'existence d'une « méthode Orllati » consistant notamment à pratiquer des bas prix comme s'il s'agissait d'un fait avéré. Ils reprochent d'avoir colporté une rumeur infondée de la part de leurs concurrents directs concernant les bas prix prétendument pratiqués sans avoir mené une enquête journalistique à ce sujet, rumeur propagée par Jean-Luc Pirlot, membre de l'AVGD. Selon les plaignants, l'enquête aurait permis d'établir la pertinence de cette rumeur et donc que le Groupe ne pratiquait pas de bas prix ou des prix défiant toute concurrence. La voix off évoque les bas prix tant dans l'introduction « [...] C'est aussi l'histoire d'une entreprise qui multiplie les contrats, les bas prix [...] » qu'à la fin du reportage « Pour ces concurrents, Orllati travaille à des tarifs trop bas [...] ». Le reportage a donné la parole à Jean-Luc Pirlot qui se questionne sur la possibilité d'obtenir des marchés à des tarifs inférieurs tout en dégagant des marges supérieures. Comme expliqué plus haut (cf. cons. 7.1. ci-dessus), l'introduction du reportage a présenté le postulat de l'enquête, à savoir les raisons qui ont poussé les journalistes de « Mise au point » à s'intéresser au Groupe Orllati afin de comprendre la méthode de son succès. Certes, il y est fait allusion aux bas prix prétendument pratiqués par l'entreprise en utilisant

8/13

l'indicatif. Toutefois, au fil du reportage, le public comprend que les bas prix évoqués ne sont qu'une rumeur colportée par les concurrents directs d'Orllati, car le succès du Groupe suscite des jalousies dans la branche. En outre, dans l'extra plateau, la présentatrice de « Mise au point » a présenté la prise de position fournie par Orllati juste avant la diffusion du reportage, à savoir que l'entreprise Orllati réfutait pratiquer des prix plus bas que ses concurrents. Le public a donc été confronté aux différents avis concernant la politique tarifaire du Groupe et a été à même de se faire une opinion. L'AIEP ne saurait dès lors retenir les griefs des plaignants selon lesquels les journalistes de « Mise au point » ont construit de toutes pièces un doute sur la méthode Orllati et que les prix bas proposés par le Groupe sont le corollaire de manœuvres illégales. Par ailleurs, contrairement aux propos des plaignants, point n'était nécessaire d'obtenir plus d'explications de la part du Groupe Orllati au sujet de sa politique tarifaire, la réponse fournie dans l'extra plateau, bien que brève, est claire et suffisante.

#### **E. 7.5**

Concernant la séquence portant sur les relations avec les syndicats, les plaignants soutiennent que le montage du reportage pouvait donner l'impression à un public non-averti que les « menaces de mort » étaient courantes sur les chantiers du Groupe Orllati. Yves Mugny d'UNIA GE affirme en outre que « [...] Ils ont menacé de mort nos collaborateurs » et que « Sur les chantiers, leurs cadres à eux, leurs contremaîtres sont sortis une fois avec des armes à feu contre nos collaborateurs ». Toutefois, la voix off précise qu'après vérification,

la justice a effectivement condamné un contremaître pour menace avec un fusil à air comprimé. Le téléspectateur a donc été parfaitement en mesure de comprendre qu'il existait bien un cas avéré de menaces, que la justice avait condamné le contremaître fautif (l'ordonnance pénale anonymisée apparaît en surimpression dans le reportage) et qu'il ne s'agissait donc pas d'une pratique généralisée au sein de l'entreprise. De plus, le reportage n'a pas associé le Groupe à un organisme de type mafieux – ni d'ailleurs ne l'a pas suggéré – comme le laissent entendre les plaignants. S'agissant des reproches d'UNIA à l'égard de l'entreprise Orllati pour l'emploi massif de travailleurs temporaires, si la direction régionale d'Orllati n'a pas souhaité s'exprimer, le reportage a tout même mis en exergue un extrait du communiqué de presse du Groupe de 2018 qui fait savoir qu'il réfute les accusations des syndicats : « Le Groupe Orllati emploie annuellement une moyenne de 25 à 30 % de travailleurs temporaires. Il y a des fluctuations plus importantes en période estivale pour permettre à nos ouvriers de prendre des vacances ». Certes, dans cette séquence, le reportage a véhiculé une certaine image négative du Groupe Orllati. Toutefois, les journalistes, malgré le refus de la direction régionale, ont illustré la prise de position du Groupe, de sorte que le public a pu se forger sa propre opinion.

### **E. 7.6**

Pour percer la méthode Orllati, le président du club de football d'Yverdon, ami de la famille Orllati et témoin de mariage de A, interviewé, indique qu'Orllati est sponsor de son club et parle de « gros montants », de générosité de la part d'Orllati. Puis la voix off enchaîne en affirmant « La Fête du blé et du pain, ainsi que d'autres événements populaires, le Groupe sponsorise sans compter », que « Orllati soigne tout particulièrement les représentants des communes », que « A côté de la Migros, c'est le sponsor principal de la fête annuelle des syndicats vaudois » (Fête annuelle des communes vaudoises). Ceux-là mêmes qui attribuent de nombreux mandats de construction » et que « Ici, Orllati donne entre 30'000 à 50'000 francs [...] ». Pour les plaignants, ces passages suggèrent que le Groupe se livrerait à une sorte de corruption d'élus locaux, en échangeant leur participation financière contre l'attribution de travaux publics. La Présidente de l'Union des Communes Vaudoises explique que les agissements des plaignants ne sont aucunement problématiques. Elle est claire à ce sujet : « [...] Je ne pense pas qu'il y ait du souci à ce niveau-là [...]. Les relations que ce type d'entreprises peuvent avoir avec les communes sont en général assez claires, je pense que le risque est vraiment inexistant. » Ce qui est manifestement clair et transparent pour les téléspectateurs. Quant à A, il a d'ailleurs répondu « Il me semble naturel d'aider ma région. [...] Mon aide financière à différents politiciens se limite à quelques milliers de francs ». La voix off relève qu'en Suisse, le financement des partis n'est pas transparent – « De l'argent pour les politiciens. La méthode peut choquer, mais elle n'est pas nouvelle ». La voix off relève également qu'« Au centre patronal vaudois, de nombreuses entreprises font exactement pareil. Pourtant, les critiques sont fortes contre la société Orllati. Dans le domaine spécifique des gravières et des déchèteries, on soupçonne Orllati d'obtenir des faveurs du canton ». Interrogé

9/13

à ce propos, Jean-Luc Pirlot, intervenant au nom de l'AVGD, laisse planer le doute en affirmant: « Alors, on ne sait pas aujourd'hui s'il y a un favoritisme [...] on se pose des questions on a un petit doute, on a des doutes en tout cas et on en a encore aujourd'hui [...] sur la neutralité de certains services de l'Etat ». [...] On est intervenus auprès du département en question pour faire part de nos doutes ». Jacqueline De Quattro, Conseillère

d'Etat du canton de Vaud, répond aussitôt en soutenant qu'elle réfutait ces reproches car son département ne favorise personne. Puis, à la question de la voix off : « Des fonctionnaires pourraient-ils être sous influence ? Des propos tenus en public le laissent entendre », Jacqueline De Quattro répond que les collaborateurs qui auraient tenu ce genre de propos, si tel était le cas, c'est une erreur et qu'ils ont été remis à l'ordre. Elle ajoute que c'est elle qui décide lequel est le meilleur dossier. La réponse de Jacqueline De Quattro a été claire et suffisante pour contre-balancer les soupçons et les doutes de favoritisme. Des explications supplémentaires de la part des plaignants n'étaient ainsi pas nécessaires sur ce point.

#### **E. 7.7**

Par ailleurs, les plaignants soutiennent que le reportage a omis d'indiquer que le Groupe Orllati faisait partie de l'AVGD et que Jean-Luc Pirlot, secrétaire de l'AVGD, était en train de s'attaquer à l'un des membres de son association. D'une part, il était suffisamment clair pour le public que l'entreprise Orllati était active dans le domaine spécifique des gravières et des déchèteries, étant donné que le reportage évoque des soupçons à l'encontre d'Orllati d'obtenir des faveurs du canton dans ce domaine précisément, et qu'elle faisait avec toute vraisemblance partie de l'AVGD. En outre, il aurait été préférable de la part de « Mise au point », pour plus de transparence, de signaler aux téléspectateurs que les accusations de Jean-Luc Pirlot n'étaient pas celles d'un acteur neutre, mais celles du secrétaire de l'AVGD, dont faisait partie aussi le Groupe Orllati et plusieurs de ses concurrents. Cette indication n'était toutefois pas indispensable pour la formation de l'opinion du public puisqu'il était déjà clair pour ce dernier que Jean-Pierre Pirlot faisait partie de l'AVGD et intervenait en son nom, qu'il avait émis des critiques et des doutes à l'encontre du Groupe Orllati et que ses propos étaient controversés. Ce manquement a donc porté sur un point secondaire sans influence notable sur l'impression générale que les téléspectateurs ont pu se faire des soupçons et des doutes évoqués.

#### **E. 7.8**

Les plaignants constatent que les propos de A tirés d'un article du journal « 24heures » sont rapportés de façon à laisser croire au public que se sont exclusivement les bénéfices réalisés lors de la vente du bâtiment Kodak en 2012 qui auraient permis à l'entreprise de se lancer véritablement en procédant à d'importants investissements, alors que l'entreprise connaissait déjà un franc succès depuis de nombreuses années, comme spécifié dans leur prise de position écrite fournie au journaliste avant la diffusion du reportage. Il sied de constater que cette imprécision n'a pas non plus induit le public en erreur et ne l'a pas empêché de se forger une opinion sur le financement et la réussite de l'entreprise Orllati. D'autre part, l'expression « petite entreprise » se réfère à une époque (il y a une dizaine d'années) où le Groupe Orllati n'était pas encore connu et constitue une imprécision sans influence notable sur l'opinion du public pour la compréhension du sujet.

#### **E. 7.9**

Les plaignants soutiennent qu'aucune possibilité de s'expliquer sur les accusations dirigées à leur encontre, voire de clarifier les erreurs ne leur a été donnée en prenant position face caméra, par le biais de leur directrice de la communication.

##### **E. 7.9.1**

Lorsque le reportage comporte des passages contenant de graves reproches à l'encontre d'une personne ou d'une entité, le diffuseur doit la confronter avec les griefs qui lui sont

adressés et lui donner la possibilité de s'exprimer pour que le public dispose de tous les éléments d'appréciation (cf. cons. 6.1 ci-dessus, Denis Masméjan, op. cit. n° 56, p. 101 concernant l'art. 4 al. 2 LRTV et jurisprudence citée). Si l'intéressé ou son mandataire refusent la parole qui leur est offerte, l'émission le signalera, y compris les raisons invoquées (Denis Bar-relet/Stéphane Werly, op. cit. n° 900, p. 270). Même en pareil cas, la diligence journalistique impose que le point de vue de l'intéressé soit présenté de manière appropriée et que le journa-

10/13

liste doit indiquer au moins que les affirmations de « l'agresseur » sont contestées et de préciser dans quelle mesure elles le sont (Denis Masméjan op. cit., n° 56, p. 101 et arrêt du TF 2C\_255/2015 du 1er mars 2016 cons. 4.2, p. 11).

### **E. 7.9.2**

En l'espèce, plusieurs échanges de courriels entre le 20 août et le 12 octobre 2018 ont eu lieu entre le journaliste de « Mise au point » et la directrice de la communication chez Orllati. Des réponses écrites avaient été convenues, même si le journaliste a précisé qu'une interview de A face caméra serait plus idéale (courriel du 3 octobre 2018). Par courriel du 8 octobre 2018, la directrice de la communication a envoyé au journaliste les réponses aux questions soumises, tout en indiquant que A allait le recevoir le lendemain pour lui répondre hors caméra et qu'elle répondrait aux questions face caméra si cela conviendrait au journaliste. Le 9 octobre 2018, le journaliste a confirmé sa proposition à A ou à un de ses frères administrateurs dans l'entreprise de venir sur le plateau de « Mise au point » le dimanche. Le même jour, la directrice de la communication a informé que A ne souhaitait pas faire d'interview face caméra et qu'il n'entendait pas participer au reportage. Le 9 octobre 2018, le journaliste a encore pu interviewer A à son siège. Le 12 octobre 2018, la directrice de la communication a apporté des explications après visionnement du lancement du reportage, à savoir que l'affirmation selon laquelle le Groupe Orllati « propose des prix défiant toute concurrence était fausse ». Elle a ajouté que « Nous avons plusieurs exemples de chantiers où notre offre a été plus élevée que celle de nos concurrents – par ex. l'usine de Cheneviers à Genève ou encore le siège de l'ECA à Lausanne – et où nous avons été sélectionnés du fait de notre expertise et professionnalisme ».

### **E. 7.9.3**

La SSR a affirmé que le journaliste de « Mise au point » a cherché à plusieurs reprises à obtenir le point de vue d'Orllati, sans succès. Les plaignants soutiennent, en revanche, avoir été toujours disponibles et avoir, en dernier recours, demandé de participer à l'émission par le biais de sa directrice de la communication, ce qui leur a été refusé. A a toujours décliné la proposition de la rédaction de « Mise au point » de participer au reportage, ce qui était son droit. A ce propos, l'on ne peut pas reprocher à la RTS de ne pas avoir accueilli en lieu et place de A sa chargée de la communication, d'autant que le journaliste avait expliqué à cette dernière filmer le reportage entre le 3 et le 5 octobre 2018. Lors de la diffusion du reportage, à chaque critique, doute ou soupçon soulevés, « Mise au point » a interviewé des tiers intervenants (le Président du club de football d'Yverdon et ami de la famille Orllati, la Présidente de l'Union des Communes Vaudoises, la Conseillère d'Etat Jacqueline de Quattro) qui ont pris position en faveur du Groupe Orllati. Afin de pallier au refus de participation au reportage de A, « Mise au point » a également tenté de restituer au mieux, dans la mesure du possible, et avec les meilleurs arguments la position du Groupe en

diffusant des extraits des réponses précédemment fournies par A, des extraits de son interview avec le journaliste de « Mise au point », des extraits d'interviews et d'articles de presse, ainsi qu'un résumé des dernières explications apportées par sa directrice de la communication dans l'extro plateau. Certes, les plaignants, par souci de clarté, précision et honnêteté, auraient souhaité apporter davantage d'explications et présenter leur version des faits face caméra par le biais de leur directrice de la communication. Toutefois, le point de vue du Groupe Orllati a été correctement rapporté, que ce soit par des tiers intervenants ou A, voire restitué au mieux s'agissant des questions litigieuses, soupçons, doutes ou critiques. Par ailleurs, le reportage a aussi été élogieux et a relevé des éléments positifs à l'égard de A et de son entreprise (contrairement à ce qui avait été relevé dans la décision de l'AIEP b. 781 du 25 août 2016, cons. 7.5.5, confirmée par l'arrêt du Tribunal fédéral 2C\_125/2017 du 15 février 2018, cons. 4 et 5). Le point de vue du Groupe Orllati a ainsi été présenté au public avec ses meilleurs arguments dans la mesure du possible. D'autre part, l'image du Groupe n'a pas été ternie.

#### **E. 7.10**

La SSR a refusé de révéler l'identité des témoins anonymes interviewés et à présenter les documents consultés avant la diffusion du reportage et fait référence à la protection des sources. Il n'appartient cependant pas à l'AIEP de se prononcer sur le secret rédactionnel garanti à l'art. 17 al. 3 Cst., car elle n'examine que l'émission diffusée et non tout ce qui a trait à la préparation et à la réalisation du reportage.

11/13

##### **E. 7.10.1**

Les plaignants estiment que les témoignages sous le couvert de l'anonymat et les informations confidentielles rapportés au cours du reportage doivent être vérifiables à travers l'indication de l'identité des témoins et la production des documents consultés, afin que le Groupe Orllati puisse se prononcer sur les reproches soulevés.

##### **E. 7.10.2**

Les accusations anonymes à l'encontre d'une personne sont délicates en raison du manque de transparence et nécessitent des exigences de diligence journalistique accrues. Outre, un examen approfondi des faits, l'accusé doit avoir la possibilité d'exprimer son point de vue concernant les accusations dirigées contre lui (décisions de l'AIEP b. 616 du 3 décembre 2010, cons. 5.3 [« Schwere Vorwürfe »] et b. 521 du 27 janvier 2006, cons. 6.2 [« Témoins silencieux »]).

##### **E. 7.10.3**

Le succès remarquable de l'entreprise Orllati a suscité des interrogations et des controverses dans différents milieux et dans la presse, motif pour lequel la rédaction de « Mise au point » s'est intéressée au Groupe Orllati et a mené une enquête pour en savoir plus sur son succès. Les téléspectateurs ont donc été à même de comprendre qu'il s'agissait d'un reportage critique. Il sied tout d'abord de relever que dans le reportage contesté il n'était pas question uniquement de témoignages anonymes et d'informations confidentielles mais également de témoignages de tiers intervenants en faveur ou défendant la position du Groupe Orllati et d'intervenants proférant des accusations à l'encontre du Groupe. Comme dit précédemment (cf. cons. 7.9.3. ci-dessus), lors de la diffusion du reportage, à chaque critique, doute ou soupçon soulevés – mêmes anonymes – à l'encontre du Groupe Orllati,

« Mise au point » a interviewé des personnes prenant position en sa faveur, a rapporté le point de vue de A et a également diffusé des extraits des réponses précédemment fournies par A, des extraits de son interview avec le journaliste de « Mise au point », des extraits d'interviews et d'articles de presse, ainsi qu'un résumé des dernières explications apportées par sa directrice de la communication dans l'extro plateau. L'indication de l'identité des témoins anonymes (« les autres qui sont à la peine », « les nombreuses entreprises qui font pareil », « on » soupçonne Orllati de favoritisme, « les dizaines d'entrepreneurs qui se posent la question de savoir d'où vient cet argent ») et la présentation des documents consultés par les journalistes (un « planning des chantiers », l'analyse des investissements d'Orllati) ne jouent aucun rôle décisif sous l'angle de l'appréciation du reportage pour la formation de l'opinion du public. D'autre part, une prise de position complémentaire d'Orllati sur les sources et les reproches anonymes n'était pas nécessaire.

#### **E. 7.11**

Les plaignants observent que le reportage se termine comme il a commencé, à savoir que « Le mystère reste entier sur la méthode Orllati [...] ». Cette conclusion ne laisserait aucune marge d'interprétation aux téléspectateurs moyens afin d'expliquer autrement que par des doutes et des soupçons le succès du Groupe Orllati. L'AIEP relève que cette phrase a pu déplaire aux plaignants. Toutefois, le téléspectateur moyen a compris que la réussite du Groupe Orllati dérangeait la concurrence et suscitait des jalousies. Il a également compris qu'il s'agissait d'un reportage dont les critiques demeuraient controversées et que toute la lumière sur la méthode et le succès de cette entreprise – qualifié de « conte de fée » – ne pouvait pas être faite au cours du reportage contesté et que des questions restaient de toute évidence ouvertes. Il sied de constater qu'au vu aussi des connaissances préalables sur l'entreprise Orllati, le public a pu se faire une opinion sur l'ensemble du reportage et a donc été en mesure de relativiser la phrase conclusive. A ce sujet, l'AIEP ne saurait suivre l'argument des plaignants selon lequel cette conclusion serait une tentative de manipulation de la part du journaliste.

#### **E. 7.12**

En conclusion, le reportage de « Mise au point » du 14 octobre 2018 s'est présenté comme une enquête sur les raisons du succès de l'entreprise Orllati. Dans le cadre du journalisme d'enquête, il est tout à fait possible d'aborder le thème sous un angle critique. Lors de la diffusion du reportage, l'AIEP a, certes, constaté des manquements – omission d'indiquer que l'entreprise Orllati faisait partie de l'AVGD et que les accusations de Jean-Luc Pirlot n'étaient pas celles d'un acteur neutre, respectivement des imprécisions – au sujet de la vente du bâtiment Kodak, l'expression « petite entreprise ». Toutefois, ces manquements et imprécisions

12/13

concernaient des points secondaires et n'étaient pas de nature à fausser de manière générale la libre formation de l'opinion du public par rapport au reportage. Le thème était clairement reconnaissable pour le public, qui a pu comprendre la motivation et l'intention éditoriale de la rédaction de « Mise au point ». Le public disposait de connaissances préalables concernant l'entreprise Orllati et a été en mesure de comprendre qu'il existait une controverse entre les concurrents directs de l'entreprise Orllati et A et que son succès dérangeait et suscitait des jalousies. Le point de vue du Groupe Orllati concernant la politique tarifaire du Groupe, le sponsoring, les soupçons de favoritisme, les témoignages

anonymes et les documents consultés a été correctement rapporté, que ce soit par des tiers intervenants ou Orllati même, voire restitué au mieux en diffusant des extraits des réponses de A fournies avant la diffusion du reportage, des extraits de son interview avec le journaliste de « Mise au point », des extraits d'interviews précédentes et d'articles de presse. Le reportage contesté a aussi été élogieux et a relevé des éléments positifs à l'égard de A et de son entreprise. L'image du Groupe n'a pas été ternie. Certes, les plaignants auraient souhaité apporter davantage d'explications et présenter leurs versions des faits. Toutefois, une prise de position complémentaire du Groupe Orllati sur les doutes et les accusations proférés à son encontre concernant, notamment, les bas prix et le favoritisme, ainsi que sur les sources et les reproches anonymes n'était pas nécessaire. La phrase conclusive du reportage a pu déplaire aux plaignants mais, au vu aussi de ses connaissances préalables, le public a pu la relativiser. Ce dernier a en outre pu faire la distinction entre faits et opinions personnelles. Le principe de la présentation fidèle des événements n'a donc pas été violé.

#### **E. 8**

A la lumière de ce qui précède, l'AIEP considère que la plainte du 11 février 2019 contre le reportage de l'émission « Mise au point » du 14 octobre 2018 intitulé « Beaux comme des camion » doit être rejetée, dans la mesure où elle est recevable. Aucun frais de procédure n'est mis à la charge des plaignants (art. 98 al. 1 LRTV).

13/13

Par ces motifs, l'Autorité de plainte:

1. Rejette la plainte par 6 voix contre 3, 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 : le 27 novembre 2019

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