

## Tableau comparatif – Publication du dossier INTERNET

### Émission La Facture (Radio-Canada) VS déontologie journalistique en vigueur et reconnue au Québec

Fédération Professionnelle des Journalistes du Québec, Conseil de Presse du Québec, Société Radio-Canada, règlement interne

**Par : Roger-Luc Chayer, journaliste**

Affirmations et faits quant aux documents vidéo et Web La Facture	FPJQ	CPQ	Déontologie Radio-Canada	Commentaires et observations
<b>Quant aux éléments vérifiables par Radio-Canada</b>				
<p>« Laser de faible puissance... »</p> <p>« Expert en marketing... »</p> <p>« Le Collège des médecins a déjà averti deux fois Stephen Wallack que sa publicité risquait d'enfreindre la Loi médicale et le Code des professions... »</p> <p>« Lyne Mongeau a étudié 200 produits amaigrissants à l'Institut de santé publique du Québec : “</p> <p>« Aucune étude scientifique ne démontre que le laser est efficace pour la perte de poids. [...] Aucune documentation ne vient appuyer ça! Ce sont de fausses</p>	<p>3. Vérité et rigueur</p> <p>3 a) Les journalistes ont l'obligation de s'assurer de la véracité des faits qu'ils rapportent au terme d'un rigoureux travail de collecte et de vérification des informations. Ils doivent corriger leurs erreurs avec diligence et de façon appropriée au tort causé.</p>	<p>Les organes de presse et les journalistes ont le devoir de livrer au public une information complète, rigoureuse et conforme aux faits et aux événements.</p> <p>La rigueur intellectuelle et professionnelle dont doivent faire preuve les médias et les journalistes représente la garantie d'une information de qualité. Elle ne signifie aucunement sévérité ou austérité, restriction, censure, conformisme ou absence d'imagination. Elle est plutôt synonyme d'exactitude, de précision, d'intégrité, de respect des personnes et des groupes, des faits et des événements.</p>	<p>III. PRINCIPES</p> <p>2. PRINCIPES JOURNALISTIQUES</p> <p>Les émissions d'information doivent en outre respecter les principes journalistiques reconnus :</p> <p>L'exactitude</p> <p>L'information est fidèle à la réalité, en aucune façon fausse ou trompeuse. Cela exige non seulement une recherche attentive et complète mais une langue châtiée et des techniques de présentation sûres, y compris</p>	<p>Il s'agit des éléments que Radio-Canada pouvaient vérifier facilement à l'aide de procédés simples et élémentaires comme :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'Internet</li> <li>• Les registres des tribunaux</li> <li>•</li> </ul>

<p>allégations, selon moi. »</p> <p>« Lyne Mongeau : « Ça ne donne rien de penser qu'on va trouver un gadget, une poudre, un produit naturel, un exerciceur ou une potion quelconque qui va attaquer directement les surplus de graisse. Ça ne se peut pas. » La cliente : « Le programme miraculeux n'existe pas. C'est de l'exploitation dans le fond. Ils se servent des gens vulnérables pour vendre leur produit. »</p>		<p>Les médias et les professionnels de l'information doivent traiter l'information recueillie sans déformer la réalité. Le recours au sensationnalisme et à l'« information-spectacle » risque de donner lieu à une exagération et une interprétation abusive des faits et des événements et, d'induire le public en erreur quant à la valeur et à la portée réelles des informations qui lui sont transmises.</p> <p>Il est aussi de la responsabilité des entreprises de presse et des journalistes de se montrer prudents et attentifs aux tentatives de manipulation de l'information.</p> <p>Les médias sont responsables de tout ce qu'ils publient ou diffusent et ne doivent en aucun temps se soustraire aux standards professionnels de l'activité journalistique sous prétexte de difficultés administratives, de contraintes de temps ou d'autres raisons d'ordre similaire. Cette responsabilité englobe l'ensemble</p>	<p>pour les éléments visuels.</p> <p>L'intégrité</p> <p>L'information est véridique, sans déformation visant à justifier une conclusion particulière. Les professionnels de l'information ne tirent pas profit de leur situation avantageuse pour faire valoir des idées personnelles.</p> <p>L'équité</p> <p>L'information rapporte les faits pertinents, reflète impartialement les points de vue significatifs et traite avec justice et dignité les personnes, les institutions, les problèmes et les événements.</p> <p>La mise en œuvre de ces principes permettra d'atteindre l'objectivité et l'équilibre auxquels les émissions d'information de Radio-Canada doivent s'identifier.</p>	
--	--	--	--	--

		<p>de ce qu'ils publient ou diffusent</p> <p>Dans les cas où une nouvelle ou un reportage traite de situations ou de questions controversées, ou de conflits entre des parties, de quelque nature qu'ils soient, un traitement équilibré doit être accordé aux éléments et aux parties en opposition.</p>		
--	--	---	--	--

**Quant à l'utilisation des procédés clandestins et l'usage de caméras cachées**

<p>« Une équipe de <i>La Facture</i>, avec une caméra cachée, est allée à la clinique pour vérifier quelles sont les promesses faites aux futurs clients, s'ils suivent tout le programme Stop-poids. »</p>	<p>4 a) Procédés clandestins Il arrive cependant des cas où les journalistes sont justifiés d'utiliser des procédés clandestins pour obtenir l'information qu'ils recherchent: fausse identité, micros et caméras cachés, imprécisions sur les intentions du reportage, filatures, infiltrations... Le recours à de tels moyens doit toujours rester exceptionnel. Les</p>	<p>Le journalisme d'enquête présente des difficultés et des exigences qui justifient parfois l'usage de procédés clandestins lors de la collecte d'informations, tels que micros et caméras cachés, dissimulation d'identité, infiltrations, filatures. Le Conseil de presse reconnaît que l'on puisse et doive parfois avoir recours à de pareils procédés.</p>	<p>10. PROCÉDÉS CLANDESTINS</p> <p>En règle générale, le journalisme se pratique au grand jour. La crédibilité et le crédit que le public accorde aux émissions d'information de Radio-Canada dépendent dans une large mesure de la confiance qu'il a dans les qualités professionnelles et</p>	<p>Il s'agit d'une analyse comparative des restrictions et limitations quant à l'utilisation de procédés clandestins.</p> <p>L'usage de procédés clandestins comme la caméra cachée ou la fausse identité est strictement encadré par des règles et des autorisations spéciales au préalable.</p>
---	--	--	---	---

	<p>journalistes les emploieront lorsque:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* l'information recherchée est d'un intérêt public certain, par exemple dans les cas où il s'agit de mettre à jour des actions socialement répréhensibles;</li> <li>* l'information ne peut vraisemblablement pas être obtenue ou vérifiée par d'autres moyens, ou bien ceux-ci ont déjà été utilisés sans succès;</li> <li>* les gains pour le public dépassent les inconvénients qui peuvent être causés à des individus.</li> </ul>	<p>Cependant, leur utilisation doit toujours demeurer exceptionnelle et ne trouver sa légitimité que dans le haut degré d'intérêt public des informations recherchées et dans le fait qu'il n'existe aucun autre moyen de les obtenir.</p> <p>L'éthique journalistique commande que les journalistes, dans l'exercice de leur profession, s'identifient clairement et recueillent l'information à visage découvert, par le biais de recherches, d'entrevues, de contacts et de consultations de dossiers. La même règle s'applique en matière de journalisme d'enquête.</p> <p>Le recours à des procédés clandestins doit donc demeurer exceptionnel et doit se justifier par le fait qu'il n'existe aucun autre moyen d'obtenir les informations recherchées. Les médias et les journalistes doivent par conséquent faire preuve de prudence et de discernement dans le recours à de tels procédés. Ils doivent également en informer le</p>	<p>morales du personnel de la Société.</p> <p>Il ne faut recourir aux procédés clandestins, comme ceux dont il est question ici, qu'en tenant compte de leur légalité, des exigences du principe d'honnêteté et du respect de la vie privée; et, si l'information à obtenir par ces méthodes est assez importante pour publication, il faut de plus qu'elle soit impossible à obtenir par d'autres moyens.</p> <p>10.1 FAUSSE IDENTITÉ</p> <p>La duperie ne doit pas servir à obtenir l'information. Le personnel de Radio-Canada ne doit donc pas se présenter sous de fausses identités ni sous de faux prétextes pour obtenir de l'information.</p> <p>Il peut arriver toutefois qu'une émission, dans un dessein légitime, obtienne des informations grâce à un journaliste qui s'abstiendrait de déclarer sa profession et se</p>	
--	--	---	--	--

		<p>public lors de la diffusion des résultats de leur enquête.</p> <p>Les médias et les journalistes doivent éviter l'utilisation abusive des procédés clandestins, l'adoption de comportements tendancieux à l'égard des acteurs des événements ou des affaires sur lesquels ils enquêtent, ainsi que de porter atteinte au droit de tout citoyen à la présomption d'innocence. Ils doivent éviter de glisser dans ce que l'on pourrait appeler du « journalisme d'embuscade » où l'objectif apparaît davantage de piéger les personnes ou les instances mises en cause dans l'enquête que de servir l'intérêt public.</p> <p>De tels abus ont non seulement pour conséquences de banaliser la pratique du véritable journalisme d'enquête, mais ils portent également atteinte à la crédibilité des médias et des journalistes, ainsi qu'à la crédibilité des informations livrées au public par suite de telles enquêtes.</p>	<p>laisserait passer pour un simple citoyen. Cela pourrait survenir, par exemple, au cours d'enquêtes sur des sujets comme des fraudes perpétrées aux dépens du public ou d'autres comportements antisociaux. Ces enquêtes se mèneraient dans des endroits où le grand public a généralement accès, comme les magasins de détail, les musées ou des salles de réunion. S'il est estimé important et dans l'intérêt public d'obtenir de l'information sans révéler qu'elle est destinée à une diffusion journalistique et que cela se fasse en des lieux où le public n'a pas habituellement accès, il faut avoir l'approbation préalable du directeur général des programmes (Information).</p> <p><b>10.2 CAMÉRAS ET MICROS CACHÉS</b></p> <p>Même si la technologie rend maintenant plus facile l'utilisation clandestine de caméras et de micros cachés, cette façon de procéder n'est pas pour autant appropriée ou légale.</p>	
--	--	---	---	--

		<p>La fausse représentation et l'abus de confiance</p> <p>L'éthique professionnelle exige que les journalistes s'identifient clairement lorsqu'ils recueillent des informations auprès du public.</p> <p>Aussi, les journalistes doivent éviter de recourir à la fausse représentation dans la collecte de l'information. Il peut leur être nécessaire, dans des cas très particuliers et qui doivent demeurer exceptionnels (par exemple lorsque leur sécurité personnelle est menacée), de ne pas divulguer leur identité et leur statut de journaliste. En tout temps, toute décision de ce type ne doit être prise qu'en regard du caractère élevé d'intérêt public de l'information recherchée.</p> <p>Les journalistes doivent également s'interdire de recourir aux techniques qui relèvent de l'abus de confiance (par exemple enregistrer une conversation à l'insu d'une personne ou ne pas</p>	<p>En règle générale, on ne devrait pas se servir de caméras et de micros cachés pour recueillir de l'information. Nous travaillons ouvertement, en utilisant des procédés qui nous permettent de voir en étant vus.</p> <p>Dans certaines circonstances, l'utilisation de caméras et de micros cachés peut entraîner des poursuites tant au civil qu'au criminel.</p> <p>La décision finale d'utiliser une caméra ou un micro caché ne doit être prise qu'avec l'autorisation du directeur général des programmes (Information) de la composante média appropriée.</p> <p>Dans certains cas, l'utilisation de caméras et de micros cachés peut servir l'intérêt public.</p> <p>Il pourrait s'agir, par exemple, de l'enregistrement d'information portant sur des activités illégales, antisociales ou frauduleuses ou</p>	
--	--	---	---	--

		<p>informer un interlocuteur que ses propos sont diffusés en ondes) ou qui s'apparentent à la violation ou à l'invasion de la propriété et de la vie privée. C'est là une question de probité et d'intégrité professionnelles et personnelles.</p>	<p>sur des abus de confiance évidents et importants. Dans de telles circonstances, il faut établir que l'information recueillie sert un objectif journalistique important, qu'elle est indispensable à cet objectif et qu'elle ne peut être obtenue par des moyens plus manifestes.</p> <p>Dans toutes ces circonstances, il faudrait consulter le Service juridique.</p>	
--	--	--	---	--

### Quant au devoir de suivi, à la réplique et aux correctifs

<p>Cette section traite uniquement des informations transmises après la diffusion initiale qui viennent changer certaines conclusions ou affirmations ou perceptions quant au sujet traité</p>	<p>5 g) Devoir de suite Lorsqu'un média a couvert une affaire où des individus ont été incriminés et traduits devant la justice, il doit suivre dans la mesure du possible le dossier jusqu'à son terme et en faire connaître le dénouement à son public.</p>	<p>Le droit de réplique du public</p> <p>Les médias et les journalistes ont le devoir de favoriser un droit de réplique raisonnable du public face à l'information qu'ils ont publiée ou diffusée. Ils doivent, lorsque cela est à propos, permettre aux personnes, groupes ou instances de répliquer aux informations et aux opinions qui ont été publiées ou diffusées à leur sujet ou qui les ont directement ou indirectement mis en cause.</p>	<p>B: TRAITEMENT DES INFORMATIONS</p> <p>9. RÉPONSE</p> <p>Le droit de réponse n'a pas d'existence juridique. Cependant, du principe journalistique d'équité découle une obligation de réparation, quand on constate qu'une injustice a été commise. La correction tiendra compte des circonstances et de la nature de cette injustice.</p>	<p>Commentaires et observations</p>
--	---	---	---	-------------------------------------

		<p>Même si la publication de lettres de lecteurs et la diffusion de mises au point ne constituent pas toujours le meilleur moyen de réparer le préjudice causé, les médias doivent s'ouvrir aux commentaires des personnes victimes d'erreurs. Une telle ouverture ne devrait pas se limiter aux seules matières de libelle et de diffamation, mais devrait, par souci de justice, d'équité et d'éthique, s'étendre à la rectification des erreurs d'autre nature que peuvent commettre les médias et les journalistes.</p> <p>2.3.7 La rectification et la mise au point</p> <p>Il relève de la responsabilité des médias de trouver les meilleurs moyens pour corriger leurs manquements et leurs erreurs à l'égard de personnes, de groupes ou d'instances mis en cause dans leurs productions journalistiques, que celles-ci relèvent de l'information ou de l'opinion.</p>	<p><b>B: TRAITEMENT DES INFORMATIONS</b></p> <p><b>10. CORRECTIONS</b></p> <p>La Société reconnaît et corrige une erreur qu'elle a commise dès qu'elle la constate. En agissant autrement, en s'obstinant à défendre un contenu d'émission de mauvais goût, contraire à la déontologie ou entaché d'erreurs, Radio-Canada minerait fatalement sa crédibilité.</p> <p>On devrait consulter le directeur général des programmes (Information) ou son mandataire pour établir la nature et le moment de diffusion de toute correction.</p> <p>Une correction peut parfois comporter une rétractation ou des excuses et avoir ainsi des incidences juridiques. Dans ces cas, on doit consulter le Service juridique.</p>	
--	--	---	--	--



		<p>Cependant, les rétractations et les rectifications devraient être faites de façon à remédier pleinement et avec diligence au tort causé. Les médias n'ont aucune excuse pour se soustraire à l'obligation de réparer leurs erreurs, que les victimes l'exigent ou non, et ils doivent consacrer aux rétractations et aux rectifications qu'ils publient ou diffusent une forme, un espace, et une importance de nature à permettre au public de faire la part des choses.</p>		
--	--	--	--	--

### Quant aux éléments vérifiables par Radio-Canada

<p>Serez-vous étonnés d'apprendre que certains profitent de cette situation?</p> <p>Est-ce seulement la faute de la jeune femme ou est-ce plutôt le traitement au laser qui n'a pas donné les résultats voulus?</p> <p>M. Wallack maintient que son entreprise a une recette qui fonctionne. Il refuse cependant de</p>	<p>3 b) Les journalistes doivent situer dans leur contexte les faits et opinions dont ils font état de manière à ce qu'ils soient compréhensibles, sans en exagérer ou en diminuer la portée.</p> <p>3 c) Les titres et présentations des articles et reportages ne doivent pas exagérer ni induire en erreur.</p>	<p>Les médias et les professionnels de l'information doivent traiter l'information recueillie sans déformer la réalité. Le recours au sensationnalisme et à l'« information-spectacle » risque de donner lieu à une exagération et une interprétation abusive des faits et des événements et, d'induire le public en erreur quant à la valeur et à la portée réelles des informations qui lui sont</p>	<p>11. JOURNALISME D'ENQUÊTE</p> <p>Le journalisme d'enquête s'exerce dans la discipline qu'imposent les principes journalistiques et la politique qui en découle.</p> <p>Tout journalisme, au sens large, est investigateur; cependant, le terme définit particulièrement l'examen rigoureux et approfondi</p>	<p>Commentaires et observations</p>
---	--	--	---	-------------------------------------

<p>fournir des preuves</p> <p>Des promesses irréalistes</p> <p>Sauf qu'on ne parle pas de parfum ici, mais de santé. Une équipe de La Facture, avec une caméra cachée, est allée à la clinique pour vérifier quelles sont les promesses faites aux futurs clients, s'ils suivent tout le programme Stop-poids. À la clinique, on avance que si le programme est bien suivi, les chances de succès sont de 80 à 85 %.</p> <p>Quant à M. Wallack, il n'avait aucune étude à montrer à La Facture, prouvant l'efficacité de son traitement.</p> <p>Plus d'info</p> <p>Perdre du poids avec des traitements au laser</p> <p><b>SAVIEZ-VOUS QUE :</b> Selon l'Association pour la santé publique du Québec, les régimes miracles conduisent à l'échec dans la très grande majorité des</p>	<p>3 f) Les journalistes doivent respecter fidèlement le sens des propos qu'ils rapportent. Les citations, les rapprochements, les ajouts sonores, etc. ou leur séquence ne doivent pas dénaturer le sens de ces propos.</p>	<p>transmises.</p> <p>2.1.5 L'intégrité dans la présentation et dans l'illustration de l'information</p> <p>Les manchettes, les titres et les légendes</p> <p>Les manchettes et les titres doivent respecter le sens, l'esprit et le contenu des textes auxquels ils renvoient. Les responsables doivent éviter le sensationnalisme et veiller à ce que les manchettes et les titres ne servent pas de véhicules aux préjugés et aux partis pris.</p> <p>Les légendes répondent aux mêmes exigences de fidélité et de rigueur à l'égard des photos et des illustrations qu'elles accompagnent.</p>	<p>des institutions et des activités politiques ou de ce qui touche la vie d'une grande partie de la population. Le journalisme d'enquête devrait s'intéresser aux problèmes à cause de leur importance et non seulement chercher à révéler des erreurs, des injustices ou des méfaits. Les petites affaires ne devraient pas être suivies quand des sujets plus importants requièrent l'attention.</p> <p>C'est un genre très particulier de journalisme, dont l'influence peut être énorme sur l'esprit du public et donc sur la vie et le bien-être des citoyens, sur la vitalité des institutions et des entreprises privées. Par conséquent, il commande des talents supérieurs et le respect d'une stricte exactitude. Le journaliste d'enquête ne devrait pas œuvrer sans ressources suffisantes à sa recherche et sans assez de temps pour la mener à bonne fin.</p> <p><b>B: TRAITEMENT DES INFORMATIONS</b></p>	
---	--	--	---	--

<p>cas sans parler des conséquences déplorables sur la santé physique et mentale de ceux qui ont recours à ces produits. L'échec des tentatives répétées pour maigrir se traduit en anxiété, en perte de confiance dans ses capacités de réussite et en une baisse de l'estime de soi.</p> <p>Dans une étude publiée en mai 2003, l'ASPQ a analysé 200 produits, services et moyens amaigrissants (PSMA). La majorité de ces PSMA ne répondent pas à plusieurs des critères retenus pour une saine pratique de contrôle du poids. Par exemple, moins de 5% des PSMA reposent sur une prise en charge de l'alimentation et de l'activité physique.</p> <p><b>HYPERLIENS</b>  Dossier sur la problématique du poids de l'Association pour la santé publique du Québec  «Produits, services et moyens amaigrissants offerts au Québec : des promesses trop souvent irréalistes»</p>			<p><b>6. INFORMATION DES CONSOMMATEURS</b></p> <p>Les émissions destinées à renseigner les consommateurs sont soumises à la même politique et aux mêmes principes journalistiques que les émissions d'information.</p> <p>Ces émissions visent à aider le consommateur à faire des choix éclairés de biens et de services ou de montrer comment résoudre certains problèmes. Cela s'inscrit dans la même tradition que celle qui assure aux citoyens l'occasion d'entendre ou de voir une information susceptible de guider leurs décisions à l'égard de la chose publique.</p> <p>Les conclusions exposées par les participants à ce type d'émission doivent se fonder sur une recherche approfondie et non sur des opinions personnelles. La recherche en vue de ces émissions sera méticuleuse et, autant que possible, poursuivie en consultation avec des organismes compétents.</p>	
--	--	--	---	--

Sur le site de l'ASPQ Information de l'Office de protection du consommateur sur la publicité trompeuse et les pratiques de commerces interdites.				
---	--	--	--	--