

CNCDP

II - RESUME DU DOSSIER 01 20

Une agence de publicité demande l'avis de la CNCDP à propos de l'interview d'un psychologue sollicité comme « expert » dans un mini magazine réalisé à la demande d'une marque de tampons et de serviettes et « destiné à informer les jeunes filles sur tout ce qui tourne autour de la puberté et des menstruations. » Elle joint à sa demande le texte de l'interview.

La commission retiendra deux aspects :

1. l'un relatif au principe de l'interview
2. l'autre relatif à son contenu.

III - L'AVIS DE LA COMMISSION

1. La CNCDP rappelle qu'il est de la responsabilité de l'employeur de vérifier que l'expert présenté comme psychologue est effectivement titulaire du titre de psychologue. Selon l'article 1 du code de déontologie des psychologues, « *l'usage du titre de psychologue est défini par la loi n°85-772 du 26 juillet 1985. Sont psychologues les personnes qui remplissent les conditions de qualification requises dans cette loi. Toute forme d'usurpation du titre est passible de poursuites.* »

2. L'interview du psychologue étant présentée dans le mini magazine sous la forme d'un entretien particulier avec un « expert », nous supposons que son propos peut avoir été simplifié pour être accessible à la population visée.

Pour autant, cela ne relève pas le psychologue de ses obligations tant du point de vue

- de la diffusion de la psychologie comme le rappelle l'article 25 du code de déontologie qui stipule que « *le psychologue a une responsabilité dans la diffusion de la psychologie auprès du public et des médias. Il fait de la psychologie et de ses applications une présentation en accord avec les règles déontologiques de la profession. Il use de son droit de rectification pour contribuer au sérieux des informations communiquées au public.* »
- que de son indépendance professionnelle (Titre I-7) que confirme l'article 8 : « *Le fait pour un psychologue d'être lié dans son exercice professionnel par un contrat ou un statut à toute entreprise privée ou tout organisme public, ne modifie pas ses devoirs professionnels, et en particulier ses obligations concernant le secret*

professionnel et l'indépendance du choix de ses méthodes et de ses décisions. Il fait état du code de déontologie dans l'établissement de ses contrats et s'y réfère dans ses liens professionnels. »

IV -CONCLUSION

La participation d'un psychologue, sous la forme d'une interview, à la rédaction d'un article publicitaire n'est pas contraire au code de déontologie à la condition que le contrat fasse référence au code de déontologie et à ses exigences de qualité scientifique et de respect de l'utilisateur.

Fait à Paris, le 1^{er} décembre 2001
Pour la C.N.C.D.P.

Marie-France JACQMIN
Présidente