

Revue de presse
Rapport ODI 2013

Médias

- http://www.lexpress.fr/actualite/medias/medias-la-deontologie-des-journalistes-a-l-epreuve-d-internet_1296662.html
- <http://www.la-croix.com/Culture/Actualite/Plus-de-deontologie-pour-retablir-la-confiance-dans-les-medias-2013-11-06-1056687>
- <http://www.telerama.fr/medias/faut-il-instaurer-un-code-de-deontologie-des-medias,104509.php>
- http://ecrans.liberation.fr/ecrans/2013/11/05/l-ethique-en-toc-de-la-presse-epinglee_944878
- <http://atelier.rfi.fr/profiles/blogs/bilan-ethique-social-presse-francaise-odi>
- <http://www.challenges.fr/media/20131104.AFP0985/deontologie-un-rapport-de-l-odi-pour-restaurer-la-confiance-dans-les-medias.html>
- <http://leplus.nouvelobs.com/contribution/967953-le-buzz-fast-food-pour-les-medias-un-melange-des-genres-qui-dessert-la-presse.html>
- <http://www.notretemps.com/internet/deontologie-un-rapport-de-l-odi-pour,i39880>
- http://www.presseedition.fr/rapport_de_lodi_l_insecurite_de_l_information_P_AA_R_0_A_11353_.html

Certains articles sont présentés dans les pages suivantes.

Associations, blogs

- <http://clubpresse7374.com/>
- <http://www.club-presse-bordeaux.fr/rapport-de-lodi/>
- http://www.journalismes.info/Francais-et-medias-crise-de-confiance_a4716.html
- <http://societedelinfo.laligue.org/?p=2003>
- <http://www.cemea.asso.fr/multimedia/enfants-medias/spip.php?article1178>
- <http://www.prepa-journalisme.com/deontologie-des-journalistes-securiser-information/>
- <http://rapideinfo.net/index.php/medias/4815-medias-la-deontologie-des-journalistes-a-lepreuve-dinternet.html>
- <http://howtoexperiment.com/dans-son-rapport-sur-linsecurite-de-linformation-observatoire-de-la-deontologie-de-linformation-scrute-les-derapages-des-medias/>
- <http://blogs.mediapart.fr/blog/les-indignes-du-paf/041113/deontologie-de-l-information-en-avant-toute>
- <http://obsweb.net/category/observatoire-de-la-deontologie/>
- <http://www.themediatrend.com/wordpress/2013/11/10/assises2013/>
- http://www.journalismes.info/Francais-et-medias-crise-de-confiance_a4716.html
- <http://www.raje.fr/archives2/3688-media-vers-une-instance-de-contrôle-des-medias>

Article *Libération*

L'éthique en toc de la presse épinglée

ISABELLE HANNE ENVOYÉE SPÉCIALE À METZ 5 NOVEMBRE 2013 À 20:36

http://ecrans.liberation.fr/ecrans/2013/11/05/l-ethique-en-toc-de-la-presse-epinglee_944878

Les Assises du journalisme, qui ont eu lieu cette semaine à Metz, ont dénoncé le manque de rigueur de l'information. La création d'un conseil déontologique est envisagée.

Ces derniers mois, un chroniqueur littéraire a invité sa compagne dans son émission pour l'interroger sur son dernier roman. Un témoignage d'une fausse mère porteuse a été publié dans un quotidien, et repris dans de nombreux médias. Une photo de déraillement de train en Russie a été utilisée pour illustrer l'accident de Brétigny-sur-Orge. Une chaîne de télé a situé Fort-de-France «à l'étranger», une autre a totalisé pas moins de six erreurs factuelles dans un sujet sur le Venezuela avant les élections. Et la fille d'un actionnaire, alors candidate dans un télé-crochet, a été interviewée par le journal de son père. Sur la période 2012-2013, la liste des erreurs factuelles et des mauvaises pratiques des médias français est franchement longue.

Présenté hier après-midi aux Assises du journalisme à Metz (Moselle), le premier rapport annuel de l'Observatoire de la déontologie de l'information (ODI) livre, sans prétendre à l'exhaustivité, 150 «faits déontologiques». Intitulée «L'insécurité de l'information», cette synthèse salutaire, et sans précédent, pointe du doigt absence de recoupement, suivisme, mises en scène, faux experts, mélange des genres, conflits d'intérêts, poids de l'actionnaire ou déficience de l'encadrement rédactionnel. «Il n'y a pas eu de cas extraordinaires, type Outreau ou le petit Grégory, précise l'historien Patrick Eveno, membre du bureau de l'ODI. Mais toute une série de petites et moyennes infractions.»

«Fracture». Le rapport souligne les conséquences de la précarité du secteur - «Le poids de la contrainte économique entraîne de nouvelles pratiques qui posent questions» - et l'impact des réseaux sociaux et des chaînes d'info qui accélèrent le rythme de fabrication de l'information, et augmentent le risque d'erreurs. Il cite de nombreux exemples, mais ne désigne jamais nommément le média et le journaliste fautifs. «On ne veut pas être dans la dénonciation. Ce qui nous intéresse, c'est de mettre en exergue les mécanismes à l'œuvre, et de faire prendre conscience à la profession l'importance de la déontologie dans la fabrication de l'information», justifie Didier Epelbaum, ancien médiateur de France 2 et président de l'ODI, association créée il y a un peu plus d'un an qui regroupe 45 personnes physiques et morales, dont des entreprises de presse, des syndicats, des organisations de la société civile...

La défiance du public envers les journalistes n'a jamais été si forte. Selon le baromètre annuel réalisé par TNS-Sofres pour la Croix, et que cite le début du rapport, environ un Français sur deux estime que «les choses ne se sont pas passées vraiment comme le rapportent les médias». «La fracture entre le public et les médias est ancienne en France, explique Yves Agnès, ancien journaliste au Monde et président de l'Association de préfiguration d'un conseil de presse (APCP). Mais c'est un phénomène croissant et spécifiquement français, dont les journalistes et les éditeurs ne mesurent pas forcément l'ampleur.»

C'est la première raison d'être de l'ODI : alors que la profession est plus préoccupée par la crise du secteur et la révolution numérique, l'association veut mettre la question de l'éthique au cœur des débats. «Nous poussons un cri d'alarme : la déontologie n'est pas un petit supplément d'âme, a martelé Patrick Eveno lors du débat qui a suivi la présentation du rapport. La déontologie est une des réponses à la défiance du public.» Jean-Christophe Boulanger, vice-président du Syndicat de la presse indépendante d'information en ligne

(Spiil) et président du site Contexte, lui emboîte le pas : «La déontologie n'est pas un sujet annexe, mais un sujet économique fondamental. La perte de confiance entraîne la désaffection des lecteurs, et donc des conséquences économiques.»

«Rumeur». Autre raison d'être, à horizon plus lointain, de l'ODI : la création d'une instance de déontologie nationale, «outil nécessaire - mais pas exclusif - à une réponse à cette "insécurité de l'information"», indique le rapport en conclusion. Véritable serpent de mer de la profession, la mise en place d'un conseil de presse en France ne fait pas consensus. «Certains éditeurs et journalistes considèrent que mettre en place ce type d'instance, c'est introduire une police de la pensée, regrette Patrick Eveno. Ce n'est pas du tout ça. Si on regarde les instances de déontologie en Belgique ou en Suisse, elles n'ont aucun pouvoir de sanction financière ou pénale, mais elles peuvent enquêter à la demande du public, pour démêler le vrai du faux, la rumeur du fait établi.»

Quant à laisser le contrôle de la déontologie à la télé et à la radio au Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), comme c'est le cas aujourd'hui, c'est non. «La loi de 1986 précise que le CSA doit veiller au pluralisme et à l'honnêteté de l'information, sans que cette honnêteté soit définie par le législateur, affirme Yves Agnès. C'est le CSA lui-même qui, tardivement, s'est arrogé ce rôle de déontologue pour la radio et la télévision, sans concertation avec la profession. On ne voit pas pourquoi une autorité administrative nommée par le pouvoir politique se substituerait à une autorité de régulation de déontologie !» D'autant que les potentielles futures prérogatives du CSA sur le Net peuvent laisser craindre une volonté de contrôle des sites de presse. Encore faudrait-il que le secteur s'accorde sur une charte. Après, peut-être, un conseil de déontologie pourra voir le jour. Il serait temps : en Suède, une telle instance existe depuis 1916.

Article *La Croix*

Plus de déontologie pour rétablir la confiance dans les médias

<http://www.la-croix.com/Culture/Actualite/Plus-de-deontologie-pour-retablir-la-confiance-dans-les-medias-2013-11-06-1056687>

L'Observatoire de la déontologie de l'information a présenté mardi 5 novembre 2013 à Metz son premier Rapport annuel, à l'occasion des [Assises du journalisme](#).

6/11/13

Le document relève une centaine de manquements à l'éthique professionnelle et à l'exactitude de l'information, il propose aussi des pistes pour restaurer la confiance du public dans les médias.

Dans une récente [interview à La Croix du 27 octobre 2013](#), Jean-Paul Marthoz, spécialiste des médias américains, estimait que la crise de la presse était avant tout celle du journalisme. Avec le recul, de plus en plus d'observateurs analysent ainsi la situation du secteur de l'autre côté de l'Atlantique. Après la lecture du premier rapport de l'Observatoire de la déontologie de l'information, qui porte sur les douze derniers mois, un parallèle s'impose avec la France

Issu des États Généraux de la presse écrite de 2008, l'Observatoire de la déontologie et de l'information (ODI) a été lancé l'an passé, lors des dernières Assises du journalisme à Poitiers. Présidé par Didier Epelbaum, longtemps médiateur de la rédaction à France 2, il est composé de représentants de fédérations professionnelles, d'écoles de journalisme, d'associations ou encore d'enseignants. Son premier objectif est de « contribuer à la prise de conscience de l'importance de la déontologie dans la collecte, la mise en forme et la diffusion de l'information au public ».

ERREURS PASSIVES OU ACTIVES

Dans les 53 pages du rapport, aucun nom de journaliste ou de média n'apparaît. L'ODI se défend d'être « un gendarme » de l'information, même s'il invite dans sa conclusion les partenaires sociaux « à reconsidérer leur point de vue sur une instance de régulation, outil nécessaire – mais pas exclusif – à une réponse à cette « insécurité de l'information » mesurée dans son rapport ».

L'observatoire relève des manquements à l'éthique professionnelle (lors de « l'affaire Cahuzac », de la loi sur le « mariage pour tous », au Mali, en Syrie) ou des inexactitudes dans le traitement de l'information, issues d'« erreurs passives » (confusions de langage, illustrations erronées, canulars, fausses annonces) ou « actives » (trop se fier à la rumeur, à Internet ou aux sondages, remodeler la réalité, mettre en scène l'information, se montrer trop alarmistes).

FAIRE PLUS AVEC MOINS

Loin de se contenter de compter les mauvais points, le rapport analyse les raisons pour lesquelles la qualité de l'information s'est parfois dégradée. Premier sur la liste des accusés : la crise économique, qui a « accentué les effets du numériques », « appauvri les recettes publicitaires » et « restreint la capacité des publics à payer des contenus ». Avec ses conséquences sur l'emploi. « Globalement, il faut faire plus avec moins, en employant plus de stagiaires et de jeunes non encadrés, en mutualisant les tâches rédactionnelles, tout en essayant de répondre aux désirs de la publicité et des actionnaires », résume le rapport.

Autre coupable : les relations avec les sources de l'information (attachés de presse, donneurs d'informations amis, faux experts...), qui peuvent manquer de distance et dispenser du travail de vérification. L'ODI déplore également de « nouveaux comportements publicitaires », rendant toujours plus floue la séparation entre contenus journalistiques et publicité. Les observateurs pointent aussi « le poids de l'actionnaire », « la contrainte de temps » ou « le rôle de l'encadrement rédactionnel ».

VERS DAVANTAGE DE DÉONTOLOGIE

Le dernier quart du rapport recense quelques raisons d'espérer. Il est par exemple relativement nouveau que des médias s'excusent pour des erreurs commises. Certains titres ont pris des initiatives pour renforcer les liens avec leurs lecteurs (une association de lecteurs à Sud Ouest, une « application participative » pour les internautes à France 24...) ou améliorer la transparence.

Selon le [dernier baromètre réalisé par TNS Sofres pour La Croix](#), cité dans le rapport, si les Français s'intéressent toujours plus à l'information (à 70%), la confiance dans les informations diffusées par les médias n'est que de 54% pour la radio, 49% pour la presse écrite, 48% pour la télévision et 35% pour l'Internet. L'ODI appelle donc à mieux « sécuriser l'information » pour regagner la confiance du public.

Il recommande encore de « réanimer les réflexes et les conditions concrètes de vérification de l'information », de « consolider le mur » devant séparer l'économique et le rédactionnel, de « jouer la transparence vis-à-vis du public », enfin d'« instaurer un contrat de confiance » entre le public et chaque média, notamment par « une concertation interne sur la qualité et la déontologie de l'information ».

Il y a selon l'Observatoire « urgence démocratique à sortir de l'attentisme » sur ces questions qui « préoccupent les Français et les éloignent des médias ».

Article *Télérama*

Déontologie un rapport scrute les dérapages des médias à la loupe

<http://www.telerama.fr/medias/faut-il-instaurer-un-code-de-deontologie-des-medias,104509.php>

L'ACTU MÉDIAS / NET | Le désamour entre les médias et les Français n'a jamais été aussi grand... Dans un rapport sur "l'insécurité de l'information", l'Observatoire de la Déontologie propose qu'une structure régule la profession.

Le 04/11/2013 à 14h35- Mis à jour le 04/11/2013 à 18h42

Olivier Tesquet

La presse marche dans les pas de François Hollande, mais ce n'est pas forcément ce que vous pensez. D'après une enquête réalisée en décembre 2012 par le Cevipof (le Centre de recherches politiques de Sciences Po), la cote de confiance des Français envers les médias est aussi basse que la popularité du président ; 23%. Le baromètre annuel TNS Sofres/La Croix n'est guère plus rassurant. Si la radio recueille 54% « d'opinions favorables », 35% des citoyens ont de sérieux doutes au sujet de l'information qu'ils lisent en ligne.

Partant de ce triste constat, l'Observatoire de la Déontologie de l'Information (ODI), une association créée en septembre 2012 s'est fendue d'un rapport sur « l'insécurité de l'information », qui sera présenté le 5 novembre aux Assises du Journalisme de Metz ([en même temps qu'un débat sur la question](#)). « Le terme d'insécurité n'est pas un hasard, elle concerne le lecteur, mais elle est évidemment économique », précise d'emblée Patrick Eveno, professeur en histoire des médias à la Sorbonne et membre du bureau de l'ODI. Pas de révélation dans ces cinquante pages, mais un travail de recension mené de front avec quelques médias (un seul en fait : Ouest-France), des représentants du public (les sociétés de lecteurs de Sud-Ouest et du Monde, notamment), et quelques personnalités indépendantes (dont Jean-Claude Allanic, l'ancien médiateur de France Télévisions, et Jean-Michel Dumay, le président de la société des rédacteurs du Monde de 2006 à 2008 qui avait tenu tête à Alain Minc alors président du conseil de surveillance du groupe Le Monde).

Le conseil de presse, un serpent de mer

A l'heure où la presse [cherche sa martingale](#) comme [Taxi Girl cherchait le garçon](#), le rapport fait l'inventaire d'un secteur où le manque de moyens se conjugue à « une dictature de la vitesse ». En une cinquantaine d'exemples. Outre des errances géographiques dans les DOM-TOM, des confusions turco-syriennes ou des amalgames iconographiques entre chefs islamistes, le rapport évoque – sans nommer les médias responsables – [l'interview d'un faux Luc Chatel](#) par le site Atlantico, l'imposture de Rémi Gaillard [dans l'émission Confessions Intimes](#), ou [la rumeur du compte en Suisse](#) de Laurent Fabius montée en Une de Libération. Plus dans l'air du temps, l'ODI relève aussi la montée en puissance du [fact-checking](#), [l'essor des faux experts](#) travaillant pour le compte de marques sur les sites d'info participatifs ou les questions posées par [l'ex-couple Audrey Pulvar-Arnaud Montebourg](#). C'est parfois trivial, parfois pas du tout. Parmi les problèmes plus encombrants soulevés par cet attelage hétéroclite, l'effacement de la frontière entre le journalisme et la communication, les conflits d'intérêts, le poids des actionnaires, des collectivités territoriales, les publi-reportages dissimulés, etc. Tous ces thèmes sont longuement évoqués dans le rapport, qui préconise en conclusion de « consolider le mur [...] entre l'économique et le rédactionnel ». Le mur, ou la ligne Maginot ?

Pourtant, plutôt que de se livrer à un minutieux travail de critique des médias (« [Nous ne sommes pas Acrimed](#) », insiste Patrick Eveno), l'ODI préfère insister sur la nécessité d'une

instance de régulation de la profession. « Il ne s'agit pas pour autant de créer un ordre des journalistes coercitif comme il existe pour les médecins », tient tout de même à préciser l'historien des médias, prudent. Et pour cause. L'idée d'un conseil de la presse est un véritable serpent de mer. Après les Etats Généraux de la presse voulus par Nicolas Sarkozy fin 2008, le « code Frappat » de déontologie ([PDF](#)) (du nom du journaliste chargé de l'élaborer) n'a pas dépassé le stade du croquis sommaire. Un mal bien français ? « Vingt et un pays en Europe disposent d'une structure dédiée », rappelle Patrick Eveno, en regrettant les « blocages historiques entre les entreprises et les syndicats » sur la question. « Ça ressemble un peu au slogan d'une chaîne de magasins d'électroménager, mais il faut rétablir un contrat de confiance avec le public », souhaite-t-il en croisant les doigts. L'ODI, candidat au SAV ?

Article *L'Express*

Médias: la déontologie des journalistes à l'épreuve d'Internet

Par [Eric Mettout](#), publié le 05/11/2013 à 12:25

http://www.lexpress.fr/actualite/medias/medias-la-deontologie-des-journalistes-a-l-epreuve-d-internet_1296662.html

Alors que s'ouvrent à Metz [les 7es Assises du journalisme](#), l'Observatoire de la déontologie de l'information publie son rapport annuel - assez accablant sur les pratiques en cours dans les médias. Etat des lieux et solutions.

Le dessin de Plantu en illustration du rapport annuel de l'Observatoire de la déontologie de l'information, publié ce mardi, sur les nouvelles pratiques des journalistes.

Plantu/ODI

Le constat est terrible, relevé en introduction de son rapport annuel par l'Observatoire de la déontologie de l'information(ODI): selon un sondage de janvier, [publié par La Croix](#), les Français continuent de ne pas faire confiance à leurs médias - que dans l'ensemble ils ne croient plus - ni à ceux qui y travaillent - qu'ils soupçonnent majoritairement de relations incestueuses avec l'argent et le pouvoir. Les journalistes sont un peu mieux aimés que les hommes politiques - mais est-ce vraiment un compliment?

Les raisons de ce désamour, déjà ancien mais de plus en plus virulent? L'observatoire le cherche - et le trouve bien souvent - dans une série de bavures qui ont marqué la saison qui s'achève. Au hasard, telle chaîne de télévision situant Fort-de-France la Martiniquaise à l'étranger; ou [tel hedbomadaire](#) accusant [Cécile Duflot](#) d'avoir fait décorer une flopée de ses amis de la Légion d'Honneur après l'avoir lu [sur un blog](#); ou [tel site Internet d'information](#) annonçant la mort de Bachar el-Assad sur la foi d'un tweet bidon - et faisant monter le prix du pétrole pendant quelques minutes.

Le poids croissant d'Internet

Plus révélateur, ces chaînes de télévision qui envoient leurs reporters à Vierzon pour enquêter sur la transformation d'une église en mosquée, [rumeur sans fondement véhiculée par les réseaux sociaux](#). Ou [cet autre ragot](#) de la même eau sur la municipalité d'Amiens qui aurait rebaptisé son marché de Noël en marché d'Hiver pour soi-disant s'attirer les bonnes grâces de la communauté musulmane, quand, en fait, ledit marché est devenu "Parfums d'Hiver, le marché de [Noël d'Amiens](#)" pour se distinguer de la concurrence.

Ces deux histoires racontent deux nouveautés: le poids croissant d'Internet et de ses canaux de diffusion particuliers, et celui des lobbies, [qu'à L'Express nous appelons légions](#) et qui créent et colportent les ragots avec une efficacité décuplée par les réseaux sociaux. Les meilleurs dans l'exercice? L'extrême droite xénophobe, les climato-sceptiques, les sectes, les pourfendeurs du mariage pour tous - ces derniers multipliant également les manifestants, dont l'Observatoire se désole que, notamment pour éviter de devenir "la cible de protestations encore plus vigoureuses", le comptage ait été abandonné par les médias aux autorités et aux "organiseurs".

L'expertise des internautes

Selon l'ODI, Internet est globalement le Grand Satan de l'information du XXIe siècle - c'est exagéré, mais à peine. Ainsi de ces "journalistes qui abusent des médias sociaux et d'autres sites en ligne" et qui "sont la proie facile des amateurs de faussaires et des manipulateurs". De même, met-il en garde contre la multiplication sur les sites d'information

des espaces participatifs – comme [Express Yourself](#) - où "de 'faux experts' intéressés envahissent les espaces de libre expression".

A ces deux questions, justement posées, la réponse est sensiblement la même: plus on connaît Internet et plus on en maîtrise les rouages, moins on se laisse piéger, par les groupes de pression organisés comme par les escrocs. Le rapport reconnaît d'ailleurs que "le grand nombre des internautes, leur sagacité, leur réactivité et leur diversité imposent [aux journalistes] une rigueur et une vigilance renouvelées". L'effet Wikipédia.

Course à la rapidité et sirènes publicitaires

Autre reproche fait à Internet, mais pas seulement, la course à la rapidité, à l'immédiateté même, qui, en diminuant le temps consacré aux nécessaires vérifications, nuit à la fiabilité des informations fournies. Fiabilité également mise à mal par les restrictions budgétaires auxquelles sont soumises des rédactions exangues, crise oblige, et qui, pour les mêmes raisons financières, sont plus sensibles aux sirènes des annonceurs, notamment à travers des formats publicitaires, "native advertising" ou "brand content", de plus en plus innovants et de moins en moins respectueux de l'indépendance éditoriale.

Plus classique, les journalistes entretiennent avec les pouvoirs politique, culturel et financier des rapports qui peuvent frôler [la collusion ou le conflit d'intérêt](#) - quand un critique littéraire invite "sa compagne romancière pour parler de son dernier livre dans son émission", quand [des journalistes célèbres sont mariées à des hommes politiques influents](#), voire très influents, quand un animateur de radio interviewe en des termes flatteurs un autre animateur, de télévision cette fois, chez qui il officie régulièrement. S'y ajoutent la pratique ancestrale des "ménages" ("l'animation de colloques, séminaires, conventions de cadres... pour une entreprise, moyennant rémunération") et l'utilisation de plus en plus répandue par les chaînes de télévision d'images "tournées par les partis politiques lors de leurs meetings", où, "bien évidemment, les cadrages de foules sont avantageux..." Tout ça alimente naturellement "auprès du public un soupçon de connivence entre les journalistes" et les dits partis.

Crise du journalisme

Après le constat, éprouvant, l'Observatoire propose des solutions - et quelques raisons d'espérer, comme la multiplication, cette année, [des rectificatifs en cas d'erreur](#) ou des initiatives concrètes des médias et groupes de journalistes en faveur de la déontologie. Parmi les potions possibles, [la montée en puissance des "médiateurs"](#), ces intermédiaires désignés par les médias pour faire le lien entre les lecteurs et les journalistes; une meilleure formation des futurs professionnels de la profession; [la loi en préparation pour la protection des sources](#); des débats sur le sujet, une application des directives européennes, des instances d'autorégulation, etc.

Comme l'écrit [Didier Epelbaum](#), le président de l'ODI, "la déontologie ne remédiera pas seule à la crise de la presse et du journalisme", mais "elle permettrait de sécuriser l'information en France". Ce serait déjà pas mal.

En savoir plus sur http://www.lexpress.fr/actualite/medias/medias-la-deontologie-des-journalistes-a-l-epreuve-d-internet_1296662.html#h70bYZeu2hQSMIYG.99

Article *Challenges*

Déontologie: un rapport de l'ODI pour restaurer la confiance dans les médias

Publié le 04-11-2013 à 17h20 - Mis à jour le 06-11-2013 à 23h50

<http://www.challenges.fr/media/20131104.AFP0985/deontologie-un-rapport-de-l-odi-pour-restaurer-la-confiance-dans-les-medias.html?xtor=RSS-25>

PARIS, 04 nov 2013 (AFP) - Restaurer la confiance dans les médias en évitant erreurs factuelles, imprécisions, voire petits arrangements avec la vérité: l'Observatoire de la déontologie de l'information (ODI) analyse dans son premier rapport annuel les manquements aux règles éthiques du journalisme.

Intitulé "L'insécurité de l'information", le rapport relève aussi les avancées dans ce domaine, recommandant aux journalistes et aux éditeurs de "se reprendre en main".

Plus de 150 "faits déontologiques" ont été passés au crible de trois textes de référence: la charte éthique du Syndicat national des journalistes (SNJ), la déclaration des droits et devoirs des journalistes élaborée par les syndicats européens en 1971 et le projet de code de déontologie rédigé en 2009 pour les États généraux de la presse.

L'ODI s'est interdit de citer les médias et les journalistes en cause et s'est attaché "à mettre en lumière les questions posées par les exemples cités".

Le rapport pointe des "erreurs passives" et des "fautes actives" relevées dans un chapitre consacré à "L'exactitude de l'information". L'ODI a ensuite étudié "La fabrication de l'information", décortiquant les relations des journalistes avec leurs sources ou les conflits d'intérêts.

"Ce rapport se veut une prise de conscience de l'importance de la déontologie", a souligné Didier Epelbaum, président de l'ODI, lors d'une conférence de presse en souhaitant que ce travail serve à "restaurer la confiance des citoyens dans l'information" et encourageant journalistes et éditeurs à se reprendre en main".

"Je suis stupéfait que le seul souci des éditeurs de médias soit leur modèle économique, alors que la déontologie est la garantie d'une confiance des lecteurs. Qui va acheter un journal qui n'est pas digne de confiance ?", s'interroge M. Epelbaum.

L'ODI suggère des "recommandations" visant à instaurer "un contrat de confiance" entre public et médias et rappelle "l'urgence démocratique à sortir de l'attentisme qui prévaut chez les éditeurs et les pouvoirs publics sur ces questions qui préoccupent les Français et les éloignent des médias".

Le rapport doit être présenté lors des Assises du journalisme qui se tiennent à Metz à partir de mardi à jeudi.

Une vingtaine de personnes physiques et morales (organisations professionnelles, entreprises de presse, organisations de la société civile) sont membres de l'ODI, comme, la Fédération française des agences de presse (FFAP), le Syndicat national des radios libres (SNRL), l'Union syndicale des journalistes CFDT, l'Institut Confiance, Les Indignés du PAF, la Confédération nationale des associations familiales catholiques (CNAFC) ou encore les associations des lecteurs de Sud Ouest, du Monde et de Libération.

Article *Stratégies*

L'ODI présente un rapport sur la déontologie des médias français

05/11/2013 <http://www.strategies.fr/actualites/medias/223212W/l-odi-presente-un-rapport-sur-la-deontologie-des-medias-francais.html>

[L'Observatoire de la déontologie de l'information](#) publie son premier rapport.

Il pointe tous les écarts, erreurs passives ou fautes actives, des médias en terme de déontologie et d'exactitude des faits. Refusant de citer les auteurs de ces erreurs, l'ODI met en lumière des fautes telles que des informations non recoupées amenant à des contre-vérités factuelles, des photos trop vite publiées qui ne correspondent pas au bon événement ou à la bonne personne, le manque de distance avec les sources, etc. L'ODI suggère également des recommandations visant à instaurer «un contrat de confiance» entre public et médias. Ce rapport sera présenté aux Assises du journalisme, qui se tiennent du 5 au 7 novembre à Metz.

Article Europe1

Médias: un rapport pour restaurer la confiance

Par Europe1.fr avec AFP

<http://www.europe1.fr/France/Medias-un-rapport-pour-restaurer-la-confiance-1697223/>

Publié le 4 novembre 2013 à 17h33 Mis à jour le 4 novembre 2013 à 17h33

Restaurer la confiance dans les médias en évitant erreurs factuelles, imprécisions, voire petits arrangements avec la vérité: l'Observatoire de la déontologie de l'information (ODI) analyse dans son premier rapport annuel les manquements aux règles éthiques du journalisme. Intitulé "L'insécurité de l'information", le rapport relève aussi les avancées dans ce domaine, recommandant aux journalistes et aux éditeurs de "se reprendre en main".

Plus de 150 "faits déontologiques" ont été passés au crible de trois textes de référence: la charte éthique du Syndicat national des journalistes (SNJ), la déclaration des droits et devoirs des journalistes élaborée par les syndicats européens en 1971 et le projet de code de déontologie rédigé en 2009 pour les États généraux de la presse.

L'ODI s'est interdit de citer les médias et les journalistes en cause et s'est attaché "à mettre en lumière les questions posées par les exemples cités". Le rapport pointe des "erreurs passives" et des "fautes actives" relevées dans un chapitre consacré à "L'exactitude de l'information". L'ODI a ensuite étudié "La fabrication de l'information", décortiquant les relations des journalistes avec leurs sources ou les conflits d'intérêts.

Article Presse Édition

Rapport de l'ODI : L'insécurité de l'information

20/11/2013

http://www.presseedition.fr/rapport_de_lodi_l_insecurite_de_l_information_P_AA_R_0_A_1_1353_.html

L'observatoire de la déontologie de l'information a présenté son rapport L'insécurité de l'information lors des dernières Assises du journalisme qui se sont déroulées début novembre dernier à Metz.

En 53 pages, les auteurs du rapport dressent un véritable florilège des dérives constatées dans les médias. Un rapport que tous les professionnels de la presse et de la communication devraient lire de toute urgence.

Au terme de ce premier rapport annuel, l'Observatoire de la Déontologie de l'Information appelle médias et journalistes à une vigilance accrue. Il leur propose quatre pistes de réflexion et d'action, dans le but d'améliorer la qualité de l'information et la confiance du public.

L'ODI recommande :

› de réanimer les réflexes et les conditions concrètes de vérification de l'information et de relecture critique par l'encadrement avant diffusion ;

› de «consolider le mur» qui, dans la pratique et les usages, devrait séparer l'économique et le rédactionnel et protéger les rédactions des intrusions intempestives ;

› de jouer la transparence vis-à-vis du public, d'une manière permanente comme dans des situations particulières ; la connaissance des «règles du jeu» concourt à la confiance ;

› d'instaurer, face à la défiance du public, un «contrat de confiance» entre celui-ci et chaque média ; mobiliser éditeurs et rédactions dans ce sens, notamment par une concertation interne sur la qualité et la déontologie de l'information.

En conclusion, l'ODI rappelle l'urgence démocratique à sortir de l'attentisme qui prévaut chez les éditeurs et les pouvoirs publics sur ces questions qui préoccupent les Français et les éloignent des médias.

L'ODI invite donc les partenaires sociaux à reconsidérer leur point de vue sur une instance de régulation, outil nécessaire - mais pas exclusif - à une réponse à cette «insécurité de l'information» mesurée dans son rapport.

• Pour télécharger le rapport :

<http://tinyurl.com/n2lo78f>

<http://apcp.unblog.fr/observatoire-de-la-deontologie-de-linformation/>