

Pour une instance d'autorégulation déontologique indépendante et tripartite

L'information est au cœur de la démocratie : pour fonctionner, une société démocratique doit garantir la liberté d'expression et de communication et le droit du public à être informé. Elle doit créer les conditions de la confiance du public dans l'information qui lui est proposée, libre, fiable, vérifiée, indépendante. La proposition de loi sur la confiance et la fiabilité de l'information entend mettre en place un certain nombre d'outils pour restaurer cette confiance en luttant contre les « fake news ». Elle cible des officines ou des particuliers dont l'objectif est de désinformer. En principe elle ne concerne pas les journalistes, mais pourrait avoir un impact sur leur travail.

Pour autant les journalistes et les médias ne doivent pas être considérés comme « au-dessus des lois » : une information libre doit aussi être une information responsable. Avec la loi Bloche promulguée en novembre 2016, le législateur s'est occupé des journalistes et de leur indépendance en obligeant chaque entreprise de presse à avoir une charte déontologique ou à se référer aux textes existants, et en donnant aux journalistes le droit de refuser tout acte contraire à sa « conviction professionnelle ».

Mais le législateur doit aussi se préoccuper des publics qui sont les premières victimes des dérèglements de l'information. Pour rétablir la fiabilité de l'information et renouer le lien de confiance entre l'opinion et les médias, l'arsenal doit être élargi par la création en France d'une instance de régulation indépendante et tripartite, de type Conseil de presse ou Conseil de déontologie journalistique. Cette instance sera un outil complémentaire mais un outil nécessaire pour répondre aux interrogations des publics.

Cela donnerait à chacun la possibilité d'interroger les pratiques professionnelles et de saisir une autorité de médiation et de réparation morale des erreurs ou des fautes commises, sans passer par la voie judiciaire, longue, coûteuse, et pas toujours compétente sur les pratiques professionnelles des médias d'information. Une telle instance, qui ne saurait être un tribunal de la pensée des éditeurs ou des journalistes, contribuerait à l'éducation à l'information et à la lutte contre les manipulations de l'information.

De nombreux conseils de presse ont été créés depuis un siècle dans les pays démocratiques. Au sein de l'Union européenne, 18 pays membres se sont dotés d'un Conseil de presse. L'Organisation pour la Sécurité et la Coopération en Europe (OSCE) et le Conseil de l'Europe ne cessent d'inciter les démocraties à rejoindre cet aréopage. Il serait paradoxal que la France, qui veut contribuer à améliorer le fonctionnement démocratique de l'Europe, reste en dehors.

Quel est l'intérêt d'un Conseil de presse ?

Un Conseil de presse – ou Conseil de déontologie journalistique - régule l'ensemble des médias professionnels, quel que soit leur support, presse, radio, télévision, internet fixe ou mobile. A l'heure de la convergence généralisée des médias sur les supports multiples, la séparation entre presse écrite et audiovisuelle est devenue obsolète et contreproductive. L'information est un tout, que le public perçoit comme tel. Le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), dont les missions sont multiples, n'est pas équipé pour traiter de l'information qui doit être régulée en dehors de toutes

sanctions financières, sauf à faire litière de la liberté d'informer et du droit du public à être informé, reconnus par la Constitution et protégés par la jurisprudence de la Cour européenne des droits de l'homme. Dans certains pays de l'Union européenne un CSA et un Conseil de presse coexistent ; le CSA local renvoie les plaintes concernant la déontologie de l'information vers le Conseil de presse.

Ce que pourrait être un Conseil de presse

L'indépendance d'une telle instance devrait reposer sur une **double structure** : la réunion de personnes physiques et morales concernées par le projet - et incitées à le rejoindre - au sein d'une association ou fondation, et la structure exécutive et délibérative qui remplit les missions dévolues à l'instance.

La première est notamment en charge du mode de désignation des membres de la structure exécutive et délibérative, de l'approbation et éventuellement de la radiation, après enquête, des dits membres. Elle désigne un bureau exécutif composé d'un président, d'un secrétaire et d'un trésorier, tous trois membres de la structure exécutive et délibérative. Ce bureau est chargé de la gestion de l'instance et de la communication extérieure de celle-ci.

La seconde structure est le Conseil de presse proprement dit. Elle organise les diverses activités de l'instance, examine les plaintes et rend des « décisions ». Elle comprend à part égale trois collèges composés chacun de 8 titulaires et 8 suppléants : journalistes, éditeurs (agences et tous types de médias), public. Le mandat pour les membres de la structure exécutive et délibérative est limité dans le temps, par exemple trois ans, renouvelable une fois. Les modalités de choix de ces membres par la structure supérieure sont ouvertes : sur propositions de groupements professionnels représentatifs, sur sollicitation, sur candidatures, ou autres. On peut également envisager l'élection des membres du collège journalistes par l'ensemble de la profession.

Le Conseil de presse a trois missions :

- * médiation entre médias et public, traitement des plaintes émanant du public
- * suivi critique des pratiques professionnelles, veille déontologique, réflexion et discussion sur les questionnements éthiques
- * action pédagogique à destination des professionnels et des non-professionnels de l'information.

Il peut être saisi par des personnes privées ou morales, ou s'autosaisir. Il **émet des avis**, après enquête contradictoire, sur la base des textes déontologiques dont il a fait ses références. Ces avis sont rendus publics. Ne sont recevables que les plaintes qui portent sur le respect de la déontologie de l'information. Ce qui exclut les plaintes portant sur les choix éditoriaux des médias : chaque média reste libre de la façon dont il entend traiter l'information. Le conseil de presse n'est pas là pour faire la police de la pensée.

Son champ d'intervention est celui de l'information produite et diffusée par des agences de presse et des médias ayant un statut d'éditeur de presse écrite, radio, télévision, internet.

Le financement du conseil de presse peut être assis sur une cotisation prélevée lors du renouvellement de la carte d'identité des journalistes professionnels, par une cotisation des entreprises éditrices et par un abondement de la part de l'Etat, enfin par des contributions volontaires de personnes physiques ou morales.

Ce schéma demande bien sûr à être précisé. Ce sera d'une part le rôle du législateur, en fixant le cadre général, d'autre part celui de la structure supérieure, par le règlement intérieur et la procédure dont elle dotera la structure délibérative.

Les amendements proposés aux parlementaires

La création d'un Conseil de presse peut être soutenue par la loi selon les modalités suivantes :

- **L'attribution des aides** du Fonds stratégique de développement de la presse (FSDP) sont soumises à l'adhésion à une instance de régulation de la déontologie de l'information.
- **La signature des conventions** entre les chaînes et le CSA est conditionnée à l'adhésion à une instance de régulation de la déontologie de l'information.
- **Les cotisations et dons** à une instance de régulation de la déontologie de l'information sont défiscalisées ou donnent lieu à un crédit d'impôt.
- **L'Etat s'engage**, en tant que représentant de l'intérêt général et pour le bon fonctionnement de la société démocratique, à abonder le financement d'une instance de régulation de la déontologie de l'information.

L'ODI, force de proposition

L'Observatoire de la déontologie de l'information est une association créée en 2012 qui regroupe des journalistes à travers leurs syndicats et associations, des entreprises de médias, individuellement ou à travers leurs syndicats et fédérations professionnelles, et des représentants des publics, à travers des associations ou des experts.

Pour son action et sa réflexion, l'ODI se réfère au corpus des chartes déontologiques, sans en privilégier l'une ou l'autre.

L'ODI agit pour la défense de l'information professionnelle et des informés. Il n'est pas un organe de défense des journalistes, ni un organe de défense corporatiste des médias, mais un espace de dialogue, de médiation et de pédagogie pour une meilleure information.

S'il remplit ainsi certaines des fonctions d'un Conseil de presse, le public n'a pas la possibilité de le saisir. Or l'erreur est humaine, la « malinformation » est une « mauvaise herbe » aussi ancienne que vivace, depuis la nuit des temps jamais éradiquée. Il importe que le législateur ouvre ce droit à réparation morale, via une instance dont la légitimité s'appuierait sur la loi et la participation massive des médias. Aussi, les cas pouvant survenir - y compris des médias réputés les plus fiables - trouveront au sein de la nouvelle instance, une opportunité de solution ; voire de prévention, en vertu du caractère propédeutique et des effets pédagogiques de ses avis et travaux.

Pour l'ODI, Patrick Eveno, président

<http://www.odi.media>

ODI, c/o FFAP, 24, rue du faubourg Poissonnière, 75010 Paris

N° d'inscription à la Préfecture de Police : W751219191

SIREN : 818 119 984 SIRET : 818 119 984 00016

Patrick Eveno, 90, rue du faubourg Saint-Martin 75010 Paris

odi.observatoire@gmail.com 06 16 26 81 84