

Site Internet : <http://www.odi.media> contact : [odi.observatoire@gmail.com](mailto:odi.observatoire@gmail.com) 06 16 26 81 84

## **Une instance de déontologie de l'information, modalités pratiques**

Le but de ce texte de prise de position de l'ODI en faveur d'un Conseil de presse est de proposer des modalités concrètes, avec des options ouvertes.

### **Pourquoi une instance de déontologie de l'information ?**

Afin de répondre aux interrogations du public.

Afin de promouvoir la confiance dans les médias professionnels d'information et de promouvoir la qualité de l'information.

Afin de différencier les informations issues des médias professionnels des fausses informations ou des intoxications qui circulent sur les réseaux sociaux.

Afin d'unifier et de rendre cohérents entre les divers médias les avis sur les questions de déontologie. Tous les médias sont concernés, parce qu'à l'heure de la convergence la séparation par support n'est plus de mise.

Afin d'éviter qu'une telle instance soit imposée par la pression politique et citoyenne, sans consensus des parties prenantes.

Afin de rejoindre le concert des pays démocratiques (20 dans l'Union européenne) où une instance de déontologie existe, qui assure que journalistes et publics se comprennent mieux.

Afin de fournir un moyen de défense des journalistes, des éditeurs et du public.

Afin d'éviter des procès coûteux grâce à une instance offrant un pouvoir de médiation et des avis motivés.

## **Une instance indépendante d'autorégulation déontologique de l'information**

Dans la plupart des Etats démocratiques, le terme Conseil de presse est d'usage pour qualifier une telle instance. Nous le reprenons donc ici.

Un Conseil de presse est généralement une structure associative à deux étages : le Conseil de presse lui-même, qui gère et instruit les plaintes et publie des avis, et un conseil d'administration, qui définit les orientations générales et gère le fonctionnement de l'association.

# 1 Le Conseil de presse

## 1.2. Composition

1.1.1 : une seule chambre ou plusieurs selon les dossiers ? A l'appréciation de l'assemblée fondatrice ou du conseil d'administration de l'association.

1.1.2. : une composition tripartite égalitaire des trois collèges de journalistes, d'éditeurs et représentants du public.

1.1.3 : combien de membres : 8 + 8 + 8 ? davantage ? Autant de membres suppléants que de titulaires.

1.1.4 : paritarisme homme / femme obligatoire dans chaque collège.

1.1.5 : désignation des membres du CP : A l'appréciation de l'assemblée fondatrice ou du conseil d'administration. Plusieurs hypothèses:

1.1.5.1 : par appel de candidature pour faire émerger les candidatures de représentants des journalistes, des éditeurs et du public puis désignation par le CA de l'Association.

1.1.5.2: par élection pour les journalistes ? élection couplée avec celle de la CCIJP? Quid alors des délais - les prochaines élections à la CCIJP auront lieu en 2021.

1.1.5.3: sur proposition des organisations professionnelles représentatives pour les journalistes et les éditeurs ? Quid alors de la représentation des Sociétés de journalistes .

1.1.5.4 : Pour les représentants du public, sur appel de candidatures qui seraient examinées par les deux autres collèges ou par le conseil d'administration ?

1.1.6 : Faut-il rendre incompatible le fait d'être membre du bureau et de la commission d'examen ou pas ?

## 1.2. Mode de saisine

1.2.1 : par toute personne physique ou morale concernée par l'article ou l'émission en cause ou par toute personne physique ou morale ? Le CA de l'ODI penche pour la première hypothèse, mais reste ouvert.

1.2.2 : possibilité d'auto saisine.

1.2.3 : généralement, le CP ne se saisit pas d'un dossier qui par ailleurs fait l'objet d'une action en justice.

## 1.3. Champ de compétence

**1.3.1 : toute question relevant du respect de la déontologie de l'information.**

**1.3.2 :** Le CP n'est pas compétent sur les lignes éditoriales, les choix éditoriaux, sur le contenu des publicités.

1.3.3 : tous les supports d'information (imprimé, numérique, audiovisuel etc.) traitant de l'actualité sont dans le champ de compétence du CP.

1.3.4 : Le contenu des réseaux sociaux qui ne sont pas produits par des professionnels de l'information est exclu du champ de compétence du CP, mais il se réserve la possibilité de se saisir de cas particulièrement significatifs. Comme par exemple celui de blogs produits par des non professionnels de l'information (particuliers, scientifiques etc.) mais ayant l'ambition d'informer le public.

Les bornes du champ de compétence seront fixées par l'assemblée fondatrice et pourront être adaptées en cours de fonctionnement.

1.3.5 : Le contenu des réseaux sociaux qui ne sont pas produits par des professionnels de l'information est exclu du champ de compétence du CP, mais il se réserve la possibilité de se saisir de

cas particulièrement significatifs.

#### **1.4. Textes de référence**

1.4.1. : les déclarations et les usages professionnels relatifs à la profession de journaliste.

1.4.2. : le CP rédigera ses propres réflexions et recommandations au fil de sa jurisprudence.

#### **1.5. Règlement intérieur**

1.5.1. : Il est adopté par le CA.

1.5.2 : il définit les conditions de la recevabilité des plaintes (champ de compétence cf 1.3 et délais de saisine, de réponse des mis en cause etc.).

1.5.3. : il définit les procédures de médiation par le CP.

1.5.4 : il définit les procédures d'instruction des plaintes si la médiation est impossible ou échoue.

1.5.5. : il définit la composition de la chambre d'examen au cas par cas si cette formule est retenue (cf.1.1.1.) , et les cas de déport d'un membre.

1.5.6 : il définit l'organisation des débats en commission (qui préside, possibilité d'entendre les plaignants, les mis en cause, recherche du consensus ou vote, voix prépondérante, etc.).

1.5.7 : il définit la structure de rédaction des avis.

1.5.8 : il définit les modes de publicité des décisions : site CP seul ? communiqué de presse ? publication sur le media concerné ?

1.5.9 : il dit s'il y a possibilité d'appel et dans quel cas et définit les procédures et les délais d'appel.

#### **1.6. Articulation CP/CSA**

1.6.1. : Question résolue généralement par la transmission des dossiers d'une instance à l'autre.

1.6.2. : Veiller à ce que l'instance ne soit pas, parfois, au service du CSA.

#### **Une question en suspens, les réseaux sociaux :**

Une instance de déontologie de l'information ne peut ignorer que les réseaux sociaux exercent une pression croissante sur l'ensemble de la chaîne de production et de diffusion de l'information professionnelle. Si elle peut être amenée à s'exprimer sur les contenus non professionnels diffusés sur ces réseaux, son action ne peut pas être une réponse sur le fond de type fact-checking.

## **2 Le Conseil d'administration**

### **2.1 Forme**

2.1.1 : C'est une association loi de 1901. Elle peut à terme se transformer en fondation.

2.1.2 : Faut-il l'adosser à la Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels (CCIJP) ? Après débat, cela n'apparaît pas souhaitable au CA de l'ODI, mais peut être envisagée si les partenaires sociaux l'estiment nécessaire et possible.

### **2.2. Composition de l'association**

2.2.1 les fondateurs (médias, associations et structures intéressées aux médias et à la vie

démocratique, syndicats de salariés et d'entreprises, personnalités qualifiées).

2.2.2 : pas de représentants du pouvoir exécutif, législatif ou judiciaire.

2.2.3. : Au-delà des membres fondateurs, les médias, associations et structures intéressées aux médias et à la vie démocratique, syndicats de salariés et d'entreprises, personnalités qualifiées qui veulent rejoindre l'association soumettent leur candidature, soit à l'AG annuelle soit au CA.

2.2.4 : Les fondateurs, sollicités par l'ODI ou/et les pouvoirs publics en tant que facilitateurs, se réunissent en assemblée générale «fondatrice» pour créer l'association, adopter ses statuts, désigner son CA.

### **2.3. Mode de fonctionnement :**

2.3.1 : une AG annuelle des membres de l'association déterminant les grandes options et élisant un conseil d'administration et un bureau exécutif. Une AG extraordinaire peut être convoquée selon les dispositions ad hoc prévues dans les statuts.

2.3.2. : un bureau comprenant un/une président(e) et deux vice-président(e)s représentant les trois collèges, un/une trésorier(e).

2.3.3. : la composition tripartite du conseil d'administration et du bureau est garantie. Le nombre de membres du CA à l'appréciation de l'assemblée fondatrice (*pas moins de 15 ?*)

2.3.4 : durée du mandat du conseil d'administration et du bureau : 3 ans ? renouvelable une fois ou pas ? A l'appréciation de l'assemblée fondatrice.

### **2.4. Missions : Gérer le fonctionnement de l'association**

2.4.1. : intermédiaire entre le CP (qui analyse les cas, rend des avis, publie des directives générales) et "l'extérieur" pour les questions de financement, de choix des personnels dirigeants du CP (par exemple le directeur ou la directrice ou le ou la secrétaire général.e), etc.

2.4.2 : désignation des membres du CP proprement dit (voir supra 1.1.5).

2.4.3 : choix des options stratégiques du CP (par exemple créer une commission de travail sur une question déontologique nouvelle).

2.4.4.: rédaction d'un règlement intérieur du CP par le bureau ou la commission ad hoc ; le règlement est adopté par l'AG.

### **2.5. Financement**

2.5.1 : le financement doit notamment permettre d'employer 4 à 6 permanents, de réaliser des enquêtes, de louer des locaux, de créer, maintenir et sécuriser un site internet, de rembourser des défraiements, etc. Le budget annuel est estimé entre 1,5 million et 2 millions €.

#### **Plusieurs pistes de réflexion qui peuvent être conjuguées :**

2.5.2 : Autofinancement par les journalistes (1 à 2 € par carte de presse) et les entreprises de médias (1 à 2 € par journaliste employé ou en fonction du chiffre d'affaires afin de ne pas inciter à l'emploi de journalistes sans carte), avec abondement par l'Etat en tant que garant de la démocratie + acceptation de dons, de donations etc...

2.5.3 : Le budget du CSA, 37,5 millions d'euros, est entièrement financé par l'Etat. Une instance de déontologie déchargerait le CSA d'une partie de son action ; une partie du budget du CSA, 1% (375 000 €) ou 2% (750 000 €) pourrait être affectée à l'instance.

2.5.4 : Le budget de la Contribution à l'audiovisuel public (3,8 milliards d'euros) et le budget du Fonds stratégique pour le développement de la presse (18 millions d'euros) peuvent être mis à contribution.