

Les prochaines étapes pour aboutir à la création d'un Conseil de presse :

1. Sensibilisation et mobilisation des divers acteurs en faveur de cette initiative.
2. Mise en débat public du projet de Conseil de presse élaboré par l'APCP.
3. Constitution d'un groupe de fondateurs composé des diverses parties prenantes pour définir précisément les contours, les statuts, les modes de fonctionnement du Conseil de presse. Ce groupe préparera également une proposition de texte législatif qui renforcerait la légitimité d'un Conseil de presse.

**Rejoignez ou soutenez cette initiative
que vous soyez professionnel de l'information ou non.**

Le projet de Conseil de presse français, né de l'initiative de l'*Alliance internationale de journalistes*, a été élaboré par les journalistes et les personnes concernées par le traitement de l'information, composant l'*Association de préfiguration d'un conseil de presse* :

APCP

Siège social : EMI-CFD, 7 rue des Petites-Ecuries, 75010 Paris

Contacts : Jean-Luc Martin-Lagardette (secrétaire de l'APCP) 09 61 21 87 89
jlmartlag@orange.fr
Manola Gardez (membre du CA de l'APCP) 06 82 35 14 03
manola@alliance-journalistes.net

Internet : <http://apcp.unblog.fr>

**Journalistes et société civile, ensemble,
POUR UN CONSEIL DE PRESSE EN FRANCE**

L'information n'est pas un « bien marchand » anodin, c'est un « bien commun » au service de l'intérêt général, partie intégrante de l'exercice de la démocratie.

Pour faire face aux dérives dont beaucoup se plaignent, dotons le monde de l'information et du journalisme d'une instance de régulation et de veille éthique.

La création d'un Conseil de presse participera du droit des citoyens à une information libre, responsable, pluraliste et de qualité.

La profession commence à prendre conscience de l'urgence d'une telle initiative qu'elle élude depuis longtemps ; alors que des instances de régulation éthique de l'information et des médias existent dans une centaine de pays aujourd'hui.

Un Conseil de presse	
ce n'est pas	c'est
Un conseil de l'ordre professionnel	Une instance de médiation entre la presse et son public
Un tribunal de la presse et des journalistes	Un observatoire des pratiques et un espace de débat public
Un moyen de donner raison au plaignant	Un lieu de recherche d'équité
Un outil pour restreindre l'esprit critique et l'indépendance des médias	Un outil pédagogique d'innovation citoyenne sur le fonctionnement des médias
Une arme contre les journalistes	Un processus pour conforter l'indépendance journalistique
Un obstacle au développement économique des médias	Un moyen de régulation de l'activité journalistique au service de la qualité

Journalistes et société civile, ensemble,

Le Conseil de presse français est chargé de promouvoir et faire respecter une éthique de l'information dans les médias.

Il contribue ainsi à la crédibilité de l'information, au retour de la confiance du public envers les médias et constitue une garantie pour la profession comme pour le public.

C'est aussi une instance de médiation pouvant œuvrer avant ou sans le recours devant les tribunaux.

Les fonctions d'un Conseil de presse :

- régulation professionnelle et médiation entre médias et public ;
- suivi critique des pratiques professionnelles, veille déontologique, débat et réflexion sur les questionnements éthiques ;
- action pédagogique à destination des professionnels et des non-professionnels de l'information.

Les activités d'un Conseil de presse :

- traitement des plaintes ;
- auto-saisine sur des cas précis ou sur des questions générales ;
- activités d'observation des pratiques, de pédagogie, de débat.

Les acteurs d'un Conseil de presse :

- les journalistes, premiers responsables de la qualité de l'information et dont la loi reconnaît la fonction par un statut spécifique ;
- les éditeurs de presse (tous médias), responsables du « produit fini » informatif livré au public et co-responsables devant la justice de sa qualité ;
- les représentants du public, afin que celui-ci exerce ainsi son droit à une information de qualité ;
- les pouvoirs publics, représentant les citoyens, dont procèdent le législatif, l'exécutif et le judiciaire, garants du bon fonctionnement de la démocratie.

pour un Conseil de presse en France

Quels médias ?

L'activité ordinaire du Conseil de presse porte sur l'information produite et diffusée par des médias ayant un statut d'éditeur de presse et employant des journalistes professionnels. Elle n'est pas limitée à « l'information générale et politique ».

Quels cas traiter ?

Le Conseil de presse intervient sur des entorses à la déontologie et à l'éthique dans le traitement de l'information ; qu'il s'agisse de cas particuliers ou de questions d'intérêt général.

L'activité du Conseil de presse ne concerne pas les relations sociales entre journalistes et employeurs.

Qui saisit le Conseil de presse ?

Toute personne et/ou groupe de personnes qui constate ou qui est victime d'un manquement à la déontologie et à l'éthique.

Ces personnes sont d'abord des usagers de l'information, mais les journalistes, les éditeurs et les représentants des pouvoirs publics peuvent également saisir le Conseil, s'ils s'estiment concernés ou s'ils veulent défendre une pratique déontologique qui aurait été bafouée.

Le Conseil de presse peut également s'auto-saisir.

Quels critères de référence ?

Les codes et les chartes déontologiques qui régissent la profession en France et en Europe (notamment la « Charte des devoirs du journaliste » de 1918 et la « Déclaration des devoirs et des droits des journalistes » de 1971) ainsi que l'ensemble des documents *ad hoc* internes aux médias.

Le projet de « Charte de la qualité de l'information », élaboré à la suite des premières « Assises internationales du journalisme », est appelé à devenir l'un des textes de référence s'imposant à tous, s'il est reconnu comme tel par son annexion souhaitée à la Convention collective nationale des journalistes.