

## Information financière

### Fideo, l'autorégulation discrète

**Une association d'éditeurs a été créée fin 2006. Elle n'a pas encore été saisie**

Qui connaît Fideo, « Association pour la transparence dans l'information financière » ? Bien peu de monde. Rien d'étonnant : les éditeurs de toutes formes de médias qui l'ont créée le 7 novembre 2006 n'en ont pas fait la publicité. Quel est son objet social ? L'article 2 de ses statuts indique : « assurer le respect par ses membres du code de bonne conduite des médias sur la présentation équitable des recommandations d'investissements et la mention des conflits d'intérêts ». Le public est donc vraiment concerné.

**Une directive de l'Union européenne.** Comment diable ces éditeurs, dont on sait la réticence historique à toute forme de régulation déontologique, ont-ils connu leur Chemin de Damas et mis en œuvre la deuxième instance de ce type (après le CSA) dans le paysage médiatique français ? La grâce est tombée de l'Union européenne, sous la forme d'une directive pour la protection des consommateurs d'information boursière et financière, transposée dans le droit français avec la « loi Breton » (n° 2005-842) du 26 juillet 2005. Les dispositions contenues dans cette loi avaient été établies après concertation entre les pouvoirs publics (Direction du trésor, Direction du Développement des Médias, Autorité des Marchés Financiers) et la profession, représentée par divers syndicats d'éditeurs et l'Association des Journalistes Economiques et Financiers (AJEF).

La loi précise que les journalistes ne peuvent être assimilés aux analystes financiers. Et elle prévoit un système de contrôle de l'information diffusée, par le truchement d'une association d'autorégulation. Les éditeurs qui n'y adhèrent pas tombent dans le champ de contrôle de l'AMF. (*lire la suite page 2*)

## Actualité

### Le « droit de réponse » est un droit



Bernard Cassen

Pourquoi tant de journaux et de chaînes de radiotélévision refusent-ils le « droit de réponse » auquel peut prétendre tout citoyen ou personne morale au titre de la loi du 29 juillet 1881 ? L'actualité récente nous en a encore fourni un exemple concernant une personnalité bien connue des plateaux de télévision, Bernard-Henri Lévy.

Dans une chronique du *Point* (23 décembre 2010), BHL a confondu Pierre Cassen, membre fondateur du site d'extrême droite « Riposte Laïque » avec Bernard Cassen, universitaire, ancien directeur général du *Monde diplomatique* et président d'honneur d'Attac !... Bernard Cassen y est pris violemment à partie au titre du « rapprochement rouge-brun ». Sa réponse, un tantinet ironique à l'égard du bouillant philosophe qui n'en est pas à sa première erreur factuelle, est refusée par le PDG du *Point*, Franz-Olivier Giesbert ; seul un *erratum*

est mis en ligne sur le site de l'hebdomadaire, aucune excuse n'est publiée. Bernard Cassen porte donc plainte et le Tribunal de grande instance de Paris lui rend justice dans un référé le 3 mars 2011.

Un exemple parmi des milliers. Il est vrai que la loi de 1881 n'est pas applicable à la lettre puisque toute personne « nommée ou désignée », même sans préjudice à son égard, a droit à une réponse de même longueur et à la même place... Depuis plus d'un siècle, les éditeurs se sont efforcés d'endiguer un possible flot qui rendrait impraticable la fabrication des journaux. Mais ils ont aussi pris la mauvaise habitude de ne pas s'en soucier, même lorsqu'il y a préjudice, de faire pression sur (*lire la suite page 3*)

## Code déontologique

### Consensus raisonnable ou combat fratricide

Code déontologique : la plupart des organisations patronales et syndicales de la presse ont eu une première réunion de discussion, le 7 décembre 2010, à l'initiative du « Comité des 11 sages ». Celui-ci avait mis en œuvre une recommandation forte des Etats Généraux de la Presse Ecrite (automne 2008), de doter la profession d'un texte déontologique de référence s'imposant à toute la profession, éditeurs et journalistes.

Le face-à-face paritaire n'a pas reflété l'esprit de recherche de consensus qui avait été celui des EGPE et du « Comité des sages ». Bien au contraire. Les mois qui ont suivi cette réunion ont vu d'un côté les organisations patronales réaffirmer leur faveur pour le texte des « 11 sages » et les syndicats de journalistes revenir à leurs propres référents.

Bruno Frappat, Jean-Marie Dupont et Jérôme Bouvier, au nom des « sages », joueront à nouveau les médiateurs le 15 juin, le premier ayant appelé les représentants des parties à une deuxième rencontre, plus de six mois après la première... Réunion de la dernière chance ? Bien des observateurs le pensent, au vu du peu d'empressement des uns et des autres et de leur propension à montrer des postures de combat, dans un domaine qui devrait au contraire rassembler.

L'adoption par la profession d'un dispositif déontologique est pourtant la réponse nécessaire au malaise croissant des journalistes et à la crise de confiance du public qu'elle subit. Laquelle a des répercussions économiques évidentes, en particulier pour la presse écrite. Et des conséquences néfastes sur le fonctionnement de notre démocratie : le droit à une information de qualité est aussi important que celui à la liberté d'expression.

On ose espérer que les organisations de la profession sauront prendre aussi en compte ces enjeux, qui dépassent de très loin les intérêts particuliers de telle ou telle structure, de telle ou telle forme de média. ■ Y.A.

## Information financière

### ... (suite de la page 1) Fideo, l'autorégulation discrète

Fideo a donc vu le jour à l'initiative de la défunte Fédération Nationale de la Presse Française : le premier président était aussi le président de la FNPF, Alain Metternich, le délégué général était le directeur général de la fédération, François Devevey.

**Code de bonne conduite.** Lors de sa création, Fideo a adopté un « Code de bonne conduite des médias sur la production et la diffusion des recommandations d'investissement », dont les éditeurs s'engagent à respecter les principes et à « les rendre obligatoires ». Le premier article prévoit que, d'une manière générale, les journalistes doivent respecter la Déclaration des devoirs professionnels du journaliste adoptée par le SNJ en 1918 et révisée en 1938 (puis à nouveau en mars 2011<sup>1</sup>), ainsi que l'article 5 de la convention collective nationale de travail des journalistes (un journaliste ne doit pas présenter sous forme rédactionnelle l'éloge d'un produit, d'une entreprise, à la vente ou à la réussite de laquelle il est matériellement intéressé).

Dans les recommandations d'investissement, « les faits sont distingués des interprétations, estimations ou analyses ; les rumeurs sont distinguées des informations confirmées ; les objectifs de cours, projections et prévisions utilisés, et les hypothèses retenues sont indiqués comme tels ». D'autre part (article 4 du code de bonne conduite), journalistes et éditeurs doivent porter à la connaissance du public « leurs intérêts significatifs susceptibles d'engendrer un conflit d'intérêts ».

**Sanctions.** Les statuts de l'association définissent la « procédure disciplinaire », si Fideo est « saisie de faits de nature à constituer un manquement aux règles du code de bonne conduite, à l'initiative de l'un de ses membres ou de l'Autorité des marchés financiers ». La « Commission d'instruction » de six membres « procède aux instructions contradictoires des saisines et remet son rapport au conseil d'administration ». Lequel délibère en secret et prend des décisions « motivées ». Des sanctions peuvent être prises : « avertissement, blâme, insertion obligatoire d'un avis ou d'un communiqué dans le média concerné ». Un membre de Fideo qui ne les exécuterait pas peut être exclu temporairement ou définitivement.

**Aucune saisine.** Bref, Fideo a voulu donner sur le papier toutes les garanties au public consommateur de ces informations financières. Toutes ? Certains points méritent d'être évoqués. D'une part, la plainte ne se dépose pas directement à Fideo, mais dans le média concerné (ou à l'AMF). Ne peut-il pas y avoir barrage à ce niveau ? D'autre part, le code de bonne conduite professionnelle passe sous silence des pratiques contestables de la presse financière, par exemple de privilégier dans les contenus rédactionnels des produits et des entreprises qui font l'objet de publicité payante. En outre, la composition même de Fideo permet-elle à cette instance d'être réellement indépendante ? N'est-elle pas, par nature, juge et partie ? Il en aurait été autrement si des journalistes et des représentants du public (associations de consommateurs par exemple comme dans le cas de l'ARPP<sup>2</sup>) étaient associés à la démarche.

Ajoutons la non information sur l'existence de cette association et l'on comprendra que, depuis quatre ans et demi, elle n'ait reçu aucune saisine... La liquidation en cours de la FNPF sonne-t-elle la fin de Fideo ? Non, nous a-t-il été confirmé de source patronale, « Fideo a vocation à continuer ». Mais l'association n'a plus de président (Alain Metternich est décédé récemment) et plus de délégué général. Une assemblée générale devrait être réunie et un nouveau conseil d'administration élu.

**Vraies dissensions ou postures ?** D'autres questions peuvent nourrir la réflexion de chacun. Remarquons par exemple que les éditeurs et leurs organisations professionnelles ont choisi pour Fideo comme « charte » de référence un texte d'un syndicat de journalistes ; n'est-ce pas la preuve que les dissensions constatées à propos d'un texte déontologique commun à toute la profession s'apparentent plus à des postures, de part et d'autre, qu'à un refus de l'intérêt commun des éditeurs, des journalistes et du public ? Notons aussi qu'il ne suffit pas de créer l'autorégulation (ou, mieux, la co-régulation avec le public) sur le papier pour qu'elle fonctionne au bénéfice du public. Il faut aussi la faire connaître, la rendre accessible, puisqu'il s'agit de répondre à une demande, à une attente.

■ Y.A.

<sup>1</sup> Voir le Bulletin de l'APCP n° 6, avril 2011.

<sup>2</sup> Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité, voir le Bulletin de l'APCP n°6.

## Bibliothèque

### A-t-on encore besoin des journalistes ?

par Eric Scherer. *L'ancien reporter à l'AFP, aujourd'hui directeur de la prospective et de la stratégie numérique à France Télévisions, analyse la révolution numérique dans l'information.* Dans ce « Manifeste pour un journalisme augmenté », il invite les professionnels à un examen lucide de la situation et à des révisions, qui peuvent être déchirantes, pour ne pas disparaître... Presses Universitaires de France, 189 pages, 19 €.

### Regarder le monde.

**Le photojournalisme aujourd'hui**, par Marguerite Cros et Yves Soulé. La collection « Education aux médias » du CLEMI (Centre de Liaison de l'Enseignement et des Médias d'Information), dirigée par Jean-Marie Charon, vient de publier cet opus riche de réflexions et de pédagogie pratique. CLEMI – SCEREN, 80 pages, 8,90 €.

**Un si petit « Monde »**, par Odile Benyahia-Kouider. *La journaliste du Nouvel Observateur, ancienne rubricarde « médias » à Libération, raconte la récente prise du pouvoir au Monde par le trio Bergé-Niel-Pigasse. Loïn, très loïn, de la fondation du quotidien par De Gaulle et Beuve-Méry...* Fayard, 288 pages, 18 €.

## En Bref

### Un « passeport » pour les nouveaux journalistes

Le groupe de travail « passeport » de la Conférence Nationale des Métiers du Journalisme poursuit son étude sur la faisabilité d'un « passeport » de formation pour tous les nouveaux entrants dans la profession qui ne sont pas passés par une école de journalisme reconnue par la profession. Cette formation de deux ou trois semaines aurait lieu pendant les deux années où le jeune professionnel « stagiaire » attend sa carte de « titulaire » et serait obligatoire pour l'obtenir. Elle serait essentiellement consacrée au droit et à la déontologie, et dispensée par l'une des écoles reconnues. Cette réforme sera soumise à la deuxième assemblée de la CNMJ le 29 septembre.

## Public citoyen

## Pour un printemps médiatique en Europe

A qui et à quoi s'intéressent les médias et les journalistes ? Pour la plupart, pas vraiment à l'Europe réelle et encore moins aux Européens « d'en bas ». Hormis quelques isolés qui tentent de résister et de se faire lire ou entendre dans un océan d'informations et de conformisme journalistique européen, les stratégies de standardisation, de désinformation et d'instrumentalisation du citoyen ont gagné les salles de rédaction dans les pays de l'Union.

Un exemple tout récent : 80 000 manifestants dans 50 villes espagnoles le 15 mai dernier n'auront pas suffi à faire sortir de leur bureau les politiques comme les journalistes pour aller à leur rencontre. Presque aucun média traditionnel ni dirigeant politique n'aura mentionné les cortèges ce jour-là. Outrés par ce peu de considération, des manifestants décident alors de prolonger leur mouvement le soir-même en campant sur la place Puerta del Sol...

Le journaliste, vigile de la liberté, ne tire-t-il pas une part de sa légitimité professionnelle de sa capacité à aller enquêter *in vivo*, aux prises avec la réalité ? N'est-il pas aussi *de facto* un contre-pouvoir vis-à-vis des multiples pouvoirs et lobbys qui veulent soit « contrôler » l'information, soit la concocter eux-mêmes ? Pourtant ce qui prévaut dans les rédactions est que le « vécu européen » est une part non rentable du « marché de l'information »...

Dès lors, on ne s'étonne guère de la progression des dérives professionnelles et éthiques qui voient malheureusement des journalistes perdre leur indépendance d'esprit et leur vigilance, et pratiquer une activité professionnelle réduite de plus en plus fréquemment à un « journalisme d'ordinateur » lisse, incolore, sans saveur.

Peut-on espérer qu'une nouvelle génération de médias et de journalistes vienne bousculer ce conformisme, donne une autre perception des sociétés, élargisse les visions de l'homme et du monde ? Un certain nombre d'acteurs de la société civile se libèrent du fétichisme des pensées dominantes... Il reste aux journalistes à comprendre et intégrer que le pouvoir n'est pas forcément l'essentiel des sociétés, que la culture, l'ouverture à l'autre, la solidarité et la créativité en Europe sont tout aussi essentielles. ■ Rémy DEGOUL

## Actualité

### ... (suite de la page 1) Le droit de réponse est un droit

les plaignants, lesquels n'ont pas dans la plupart des cas la possibilité financière d'aller en justice<sup>1</sup>. Quant à la radio et la télévision, elles aussi concernées, seules les injonctions du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, évitant le recours aux tribunaux, ont parfois raison d'une farouche résistance.

Le motif souvent invoqué est que la publication de droits de réponse et de rectificatifs serait préjudiciable à l'image du média... Quelle ânerie ! C'est le contraire qui est vrai : la crédibilité est renforcée lorsqu'on sait reconnaître ses fautes. *Errare humanum est, perseverare diabolicum...*

Comment mieux gérer cette affaire ? De deux manières. La première, la plus simple à mettre en œuvre, est de vérifier, et de vérifier encore, une pratique qu'on croyait basique mais qui s'est largement perdue dans les rédactions. Au point qu'on en vient à importer d'outre-Atlantique le *fact-checking* (à la mode dans le jargon des journalistes) pour tenter de parer aux innombrables erreurs factuelles : puisque les journalistes ne vérifient plus, il faut des vérificateurs derrière eux... Les « fondamentaux » du métier sont-ils à ce point dévalués ?

La seconde n'est pas très compliquée non plus, c'est l'objectif de l'APCP : instituer une instance de médiation et de déontologie des médias, qui accueillerait les plaintes du public, avant le recours dispendieux aux tribunaux. Journalistes et éditeurs y trouveraient aussi leur compte. ■ Yves AGNÈS

1 Notre association en a été victime en 2008 avec l'un des fleurons de la presse quotidienne, *Le Monde*.

## Ici et là

### Regards sur le journalisme politique

Le journalisme politique sera sur la sellette en cette année électorale 2011-2012. Sévèrement jugé par les uns, âprement défendu par la cohorte des éditorialistes parisiens, il oscille avec les « politiques » eux-mêmes entre connivence et invectives. Les Assises internationales du journalisme et de l'information, fin octobre, lui consacreront plusieurs ateliers et tables rondes. Axes envisagés : les engagements des candidats concernant les médias, les commentaires et le « politiquement correct », et « le journalisme politique est-il mort ? », sujet animé par les Entretiens de l'information. Ceux-ci feront du traitement de la politique dans les médias le thème central de leur année, avec notamment aussi « les journalistes font-ils l'élection ? » et « les nouveaux outils et nouveaux médias dans la campagne ».

### LCP - Assemblée Nationale premier média certifié en France

La chaîne LCP-AN vient de recevoir sa certification ISAS BCP 9001. Cette norme internationale, créée à l'initiative de Guillaume Chenevère, ancien dirigeant de la radiotélévision suisse romande, est un label de qualité spécifique aux médias, qui concerne à la fois la gestion et la production de l'information. Cette certification était en route depuis l'automne 2009. La direction de la chaîne estime qu'elle garantit « une fiabilité éditoriale, économique et managériale ». LCP-AN est la première chaîne de télévision européenne et le sixième média à posséder cette norme (Indonésie, Malaisie, Mexique, Suisse), cependant que quatre autres dossiers sont à l'étude (Roumanie, Suisse).

### France Télévisions remanie sa « Charte de l'antenne »

France Télévisions procède actuellement à l'actualisation de sa « Charte de l'antenne » adoptée en 2002. Celle-ci « traduit la responsabilité et l'adhésion des collaborateurs de toutes les antennes de France Télévisions à des valeurs partagées, centrées sur le respect des personnes, des libertés fondamentales, du pluralisme démocratique. » Le nouveau projet, piloté notamment par les médiateurs de la télévision publique, met l'accent sur les problèmes nouveaux posés par l'utilisation des images et des informations qui circulent sur Internet. Il développe aussi les notions d'« honnêteté de l'information » et d'« intérêt public ».

## « L'honnêteté de l'information », un principe à valeur constitutionnelle

*Le texte ci-dessous est extrait de la thèse de doctorat de Me Alexis Guedj, juriste spécialiste des médias, avocat au Barreau de Paris et enseignant au CELSA. Cette thèse, soutenue en décembre 2000, a reçu en 2002 le prix de la Société Française pour le Droit International.\**



Alexis GUEDJ

Le Conseil constitutionnel est intervenu afin de conférer à la liberté de la presse valeur constitutionnelle. La Haute juridiction avait envisagé cette liberté en faveur du destinataire de l'information – c'est-à-dire du public – en passant selon nous sous silence celle de l'émetteur, le journaliste. La Haute juridiction avait, souvenons-nous, consacré les principes constitutionnels de la liberté d'expression (Décision des 30 et 31 octobre 1981, Radios libres), de la liberté de communication en 1982 (Décision du 27 juillet 1982).

C'est en 1984, dans sa décision « *Entreprises de presse* » que le Conseil constitutionnel consacra le principe de la liberté de la presse (Décision des 10-11 octobre 1984 ; 181 D.C., préc.).

### Le droit de recevoir une information de qualité

Le juge constitutionnel avait validé son raisonnement en le fondant alors sur la notion du droit du public à recevoir des informations : « *La libre communication des pensées et des opinions (...) ne serait pas effective si le public n'était pas à même de disposer d'un nombre suffisant de publications de tendances et de caractères différents* » (Cons. 38). Le public se verra donc reconnaître le droit de recevoir une information de qualité, c'est-à-dire objective (Cons. 38 ; 41 ; 43). Pour qu'elle le soit, le Conseil avait estimé que l'objectif du pluralisme visé par la loi devait être respecté afin que le public puisse opérer un choix sans que « *ni les intérêts privés, ni les pouvoirs publics puissent y substituer leurs propres décisions ni qu'on puisse en faire l'objet d'un marché* ».

Quant au principe d'honnêteté de l'information, la Haute juridiction va procéder à un raisonnement liant à la fois le respect du principe de pluralisme des courants d'expression et le respect du principe de vérité des informations.

Dans sa Décision du 18 septembre 1986, le Conseil constitutionnel va pour la première fois affirmer que « *la libre communication des pensées et des opinions garantie par l'article 11 de la Déclaration des droits de l'homme ne serait pas effective si le public auquel s'adressent les moyens de communication audiovisuelle n'était pas à même de disposer, aussi bien dans le cadre du secteur public que dans celui du secteur privé, de programmes qui garantissent l'expression de tendances de caractères différents dans le respect de l'impératif d'honnêteté de*

*l'information* ». L'article 28 de la loi du 30 septembre 1986 indique que « le CSA veille au respect de l'honnêteté et du pluralisme de l'information et des programmes ».

### Honnêteté et pluralisme « ont un caractère impératif »

Ce raisonnement va être poursuivi et affiné lors de sa Décision rendue le 17 janvier 1989 (88-248 D.C.) où le Conseil a été amené à apprécier les modifications apportées par la nouvelle loi du 17 janvier 1989 – relative à l'audiovisuel – à la loi du 30 septembre 1986. Appréciant la légalité des dispositions de la nouvelle loi, de subordonner l'octroi d'une autorisation de diffusion (télévision et radio) à la passation d'une convention entre le CSA et le diffuseur, le Conseil va indiquer que les exigences prévues à l'article 28 (nouveau) de la loi de 1986 modifiée relatives « *au respect de l'honnêteté et du pluralisme de l'information ont un caractère impératif* ».

Ainsi, pluralisme et honnêteté apparaissent liés, et le Conseil rend ces exigences incontournables en leur conférant un caractère impératif, c'est-à-dire ne sachant souffrir aucune dérogation et s'opposant même à « *d'autres exigences qui n'auraient qu'une portée contingente ou aléatoire* ».

Ces axes choisis par le Conseil depuis 1986 va à nouveau faire l'objet d'une réaffirmation en 1994 à l'occasion de sa Décision rendue le 21 janvier puisque l'examen de la nouvelle loi va être l'occasion pour la Haute juridiction, et cela dès le troisième considérant, de « ré-imprimer » à l'identique le considérant qu'elle avait formulé à l'occasion de sa Décision rendue en 1986.

### Et la presse écrite ?

Ce faisant, le Conseil constitutionnel, en liant pluralisme et honnêteté, place ces deux exigences au même rang : en matière audiovisuelle, le principe d'honnêteté de l'information est donc – à l'instar du pluralisme – un principe revêtant valeur constitutionnelle.

Cependant, si le Conseil s'est prononcé au regard des lois relatives à l'audiovisuel, rien ne nous interdit de penser que cette exigence « constitutionnelle » d'honnêteté doit aussi s'appliquer à la presse écrite. En réalité, ce principe devrait revêtir valeur constitutionnelle quelles que soient les modalités de diffusion de l'information. Quand bien même la Décision du Conseil porterait sur l'examen d'une loi relative à la communication audiovisuelle, comment pourrait-on justifier que ce principe ait valeur constitutionnelle dans ce domaine, alors que pour la presse écrite, il ne serait édicté que des textes de nature déontologique et sanctionnés par le biais des dispositions régissant le régime général de la responsabilité civile ?

\* Les intertitres ont été ajoutés.

## Royaume Uni

### Le conseil de presse britannique, un médiateur national

Le conseil de presse britannique (*Press Complaints Commission*, PCC) vient de publier son rapport annuel 2010, le quinzième. Au travers des mille sept cent plaintes traitées, on voit comment la Commission négocie avec les médias mis en cause et obtient des propositions de réparation qui satisfont les plaignants<sup>1</sup>. On constate aussi l'irruption croissante des problèmes posés par Internet. Médiatrice donc, et aussi formatrice, la PCC a organisé l'an passé des séminaires de déontologie avec une soixantaine de rédactions<sup>2</sup>.

#### Les inédits 2010

Les cas les plus intéressants de 2010 sont liés pour la plupart à des glissades sur les pentes savonneuses de la Toile.

En février 2010, deux journaux annoncent qu'une chanteuse et créatrice de mode est enceinte<sup>3</sup>. La règle britannique veut que l'on n'annonce pas d'heureux événement sans l'accord de l'intéressée avant la 12<sup>ème</sup> semaine de grossesse, à moins que l'information ne soit déjà dans le domaine public. La « nouvelle » avait été annoncée sur un blog, mais au conditionnel. La PCC estime qu'une simple référence sur Internet ne justifie pas une « intrusion dans la vie privée ».

Mars 2010: pour la première fois, la PCC blâme un journal pour le blog de l'un de ses journalistes lié à son site. Il a publié un propos jugé raciste par des lecteurs et des associations afro-caribéennes<sup>4</sup>. La PCC estime que tout propos publié sur le site et dans les blogs associés est de la responsabilité du journal.

Mai 2010 : un magazine<sup>5</sup> publie les photos d'une jeune femme empruntées au compte de la plaignante sur le réseau social Bebo, sans l'autorisation de l'intéressée. Elle les avait retirées en 2006, mais la PCC a observé que les photos étaient très largement diffusées sur la Toile. Rejet de la plainte.

Juillet 2010 : la PCC reproche à un quotidien<sup>6</sup> d'avoir infiltré un journaliste sous une fausse identité et une caméra cachée pour rendre compte d'un « événement sexuel ». Le journal estimait qu'il y allait de l'intérêt public, de la dénonciation d'un risque sanitaire. La PCC estime légitime la couverture de « l'industrie du sexe » mais pas le recours aux procédés clandestins qui ne peuvent être justifiés que par « un haut niveau d'intérêt public » ce qui n'était manifestement pas le cas à ses yeux. De surcroît, on pouvait douter de l'efficacité du procédé, certaines informations publiées s'étant révélées fausses.

#### Les usagers satisfaits

Soumise à des critiques sur sa relative inefficacité, notamment son inaction devant l'affaire des écoutes téléphoniques du *News of The World* qui fait l'objet d'enquêtes parlementaires et policières, la PCC inspire des sentiments plutôt positifs chez les usagers. Selon un sondage initié par la commission<sup>7</sup>, les trois quarts des personnes interrogées préfèrent des excuses publiques rapides à une amende obtenue à l'issue d'un long processus.

Chez certains journalistes, la PCC inspire la crainte : « *J'ai toujours un frisson dans le dos quand je reçois une plainte émanant de la PCC. Plus fort même que lorsque je reçois une lettre d'avocat. Une plainte pour infraction au Code représente un échec personnel en tant que rédacteur en chef. C'est une chose que je n'ai pas envie de partager avec mes lecteurs en publiant une injonction*<sup>8</sup>. » Au *Guardian*, on affirme travailler en bonne entente avec la commission : « *Nous croyons à l'autorégulation et nous soutenons la PCC, mais elle ne peut être efficace que dans le respect des journalistes et la confiance du public*<sup>9</sup>. » Même dans la presse « people », on reconnaît que la PCC est « *juste, libre, impartiale, et traite avec une égalité absolue les plaignants et les rédactions*<sup>10</sup>. » ■ **Didier EPELBAUM**

1 Plus de 7000 plaintes en 2010, en légère augmentation; 1 687 jugées recevables; 750 (44% des recevables) infractions au Code de Pratique des Éditeurs. Délai de traitement d'une plainte: en moyenne 33 jours ouvrés. Dans 18 cas, la commission a prononcé un blâme unilatéral. Les plaintes rejetées n'entrent pas dans les compétences de la PCC, relèvent du goût personnel ou de l'expression d'une opinion, émanent de personnes « tierces », non concernées directement.

2 Meilleurs élèves, sans doute, le *Guardian* et l'*Observer*, dont une centaine de journalistes ont participé à ces séminaires.

3 Danni Minogue contre le *Daily Mirror* et le *Daily Record*.

4 Rod Liddle sur le site de *The Spectator*.

5 *Loaded magazine*.

6 *Sunday World*.

7 Sur un échantillon de 437 personnes interrogées mais la PCC ne donne aucun élément sur sa représentativité...

8 Donald Martin, rédacteur en chef *The Sunday Post*.

9 Elisabeth Ribbans, rédacteur en chef, *The Guardian*.

10 Lisa Burrow, rédacteur en chef, *Closer*.

## Etranger

### Algérie : bientôt une autorité de régulation des médias

Le président de la République algérienne, Abdelaziz Bouteflika, veut moderniser l'espace médiatique de son pays. Son gouvernement a approuvé un projet d'amendement qui dépénalise le délit de presse. La loi, qui doit encore être approuvée par le Parlement, doit garantir la liberté de la presse. Dès sa promulgation, une autorité de régulation des médias devra se mettre en place. L'autorité veillera au « respect de la liberté d'expression, à un accès équitable des partis politiques aux médias audiovisuels et au respect de l'éthique et de la déontologie ».

### Equateur : « oui » à une régulation des médias

Début mai en Equateur, les électeurs se sont prononcés sur dix questions allant de la réforme de la justice et de la presse jusqu'à l'interdiction des jeux de hasard. Le « oui » s'est imposé pour chaque question du référendum et notamment sur deux d'entre elles concernant les médias : la séparation entre les pouvoirs médiatique et financier et l'instauration d'un « conseil de régulation » des médias. Ce dernier point a soulevé une forte polémique. Il propose de « réguler la diffusion de messages télévisés, radiophoniques ou écrits à caractère violent, explicitement sexuel ou discriminatoire ». Et suggère, sans plus de précision, que « soient établis des critères de responsabilité des journalistes et des médias ».

### Côte d'Ivoire : une Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle

Le gouvernement du nouveau président Ouattara a créé à Abidjan une Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle (HACA). Cet organisme remplace l'ancien Conseil national de la communication audiovisuelle. Selon des observateurs, la mise en place de la HACA répond au souci de mieux réguler et mieux gérer le secteur stratégique et sensible de l'audiovisuel.

■ Jean-Luc MARTIN-LAGARDETTE

## Contacts

Yves Agnès, président, yves.agnes@noos.fr, 06 98 81 84 35

Manola Gardez, secrétaire, manolag@gmail.com, 06 82 35 14 03

Georges Potriquet, trésorier, georgespotriquet@gmail.com, 06 82 11 30 26