

Le projet de l'APCP

Une instance indépendante tripartite adossée à la Commission de la Carte

Depuis sa création et jusqu'en 2011, l'APCP a élaboré un projet de conseil de presse tenant compte des particularités françaises. L'association a toujours considéré qu'il s'agissait d'une ébauche, d'un défrichage, destiné à aider ceux qui, le moment venu, créeront un conseil de déontologie de l'information. En voici un résumé succinct.

Champ

Ne concerne que les médias professionnels ayant un statut d'éditeur (écrit, audiovisuel, en ligne).

Se substitue au CSA pour la déontologie, qui concerne les « bonnes pratiques » professionnelles, au-delà du respect de la loi.

Ne s'occupe pas des lignes éditoriales.

S'occupe des faits, pas des opinions et commentaires.

N'a pas à voir avec le droit social.

Suspend son activité à propos d'une plainte si la justice a été saisie.

Fonctions

Autorégulation professionnelle et médiation entre médias et public.

Veille déontologique, lieu permanent de débat et de réflexion sur les pratiques journalistiques.

Pédagogie à destination des professionnels et du public.

Activités

Réception et examen des plaintes (de toute personne physique ou morale), ou autosaisine, sur des cas de manquements à la déontologie.

Médiation entre les plaignants et le média concerné.

Publication d'avis motivés.

Rapport annuel de synthèse.

Actions de conseil et de pédagogie.

Références déontologiques

Jusqu'à ce qu'un code de déontologie commun soit adopté par les journalistes et médias français, le conseil de déontologie de l'information s'appuie sur l'ensemble des textes faisant référence. L'APCP a montré que les principes étaient communs et a établi une synthèse de cinq textes (voir *Le Bulletin de l'APCP* n°19, juillet 2012).

Statut juridique et composition

Rattaché administrativement à la Commission de la Carte d'identité des journalistes professionnels (CCIJP), mais avec un fonctionnement indépendant.

Le conseil statuant sur les cas est tripartite : 8 représentants des journalistes, 8 représentants des éditeurs et directeurs d'agences de presse, 8 représentants du public. Autant de suppléants.

Désignation des collèges

Afin d'éviter l'écueil du corporatisme et respecter la pluralité de la profession comme de la société française, il est souhaitable que la représentation soit « ouverte ». D'autre part l'APCP propose dans son projet qu'un « collège de fondateurs » désigne une partie des membres, une solution parmi d'autres.

Editeurs : 4 membres désignés par les organisations professionnelles (presse écrite 2, audiovisuel 1, numérique 1) ; 4 membres choisis par le « collège de fondateurs » sur une liste de noms proposée par les organisations (non élus dans celles-ci).

Journalistes : 4 membres désignés par les syndicats ayant obtenu plus de 10% aux élections de la CCIJP ; 4 membres choisis par le « collège de fondateurs » sur une liste proposée par les syndicats, mais ne les représentant pas.

Public : 4 membres désignés par le Conseil national de la vie associative (CNVA) représentant des associations en lien avec l'objet du conseil de presse ; 4 membres désignés par le « collège de fondateurs » sur une liste de personnalités qualifiées proposée par le CNVA.

Financement

Dans la phase de démarrage, l'APCP a évalué qu'une telle instance pouvait commencer à fonctionner avec un budget d'environ 400 000 € annuels. A titre de comparaison, le budget du Conseil de déontologie journalistique de Belgique francophone est de 188 000 € en 2015 ; il emploie 1,75 équivalent temps plein. Le CSA français emploie quelques 300 personnes...

L'APCP serait plutôt favorable à un financement mixte : moitié par la profession, moitié par l'Etat (pour le public). La part professionnelle pourrait être perçue par le biais du financement annuel de la CCIJP, en augmentant pour chaque journaliste la cotisation. Avec 36 000 journalistes professionnels, une augmentation de 3€ par an pour chaque titulaire, abondée à 3€ par son employeur et 6€ par l'Etat, fournirait un budget annuel de plus de 400 000 euros.

* En savoir plus : <http://apcp.unblog.fr/pourquoi-un-conseil-de-presse/>