

PARLEMENT
DE LA
COMMUNAUTÉ FRANÇAISE

Session 2017-2018

30 JANVIER 2018

RAPPORT ANNUEL 2016

DU CONSEIL DE DÉONTOLOGIE JOURNALISTIQUE (CDJ)⁽¹⁾

—

RAPPORT DE COMMISSION

PRÉSENTÉ AU NOM DE LA COMMISSION DE L'ENSEIGNEMENT
SUPÉRIEUR, DE LA RECHERCHE ET DES MÉDIAS

PAR M. OLIVIER MAROY.

—

(1) Voir Doc. n°441 (2016-2017) n°1

TABLE DES MATIÈRES

1	Exposés de M. Jaspers, Président, et de Mme Hanot, Secrétaire général du CDJ	3
2	Echange de vues	4
3	Confiance	10
ANNEXE - CDJ - PRÉSENTATION DU RAPPORT ANNUEL 2016 (PDF)		11

MESDAMES, MESSIEURS,

Votre commission de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et des Médias a examiné au cours de sa réunion du 30 janvier 2018(2), le rapport annuel 2016 du Conseil de déontologie journalistique (CDJ).

1 Exposés de M. Jaspers, Président, et de Mme Hanot, Secrétaire général du CDJ

M. Jaspers entame son exposé en rappelant que le Conseil journalistique de déontologie est un conseil d'autorégulation qui, contrairement au CSA disposant d'une mission administrative de droit public et donc d'un pouvoir de coercition, est un organe privé reconnu par la Fédération Wallonie-Bruxelles par le décret du 30 avril 2009. Il n'agit qu'à l'intérieur du secteur des médias d'information dont il est l'émanation. Le CDJ a été fondé par l'Association pour l'Autorégulation de la déontologie journalistique (AADJ), une asbl créée par les éditeurs et les journalistes. Sa mission est de mettre à jour les règles déontologiques, de donner des avis et des recommandations à la profession et à différents organes, tels les pouvoirs publics, sur l'exécution de la déontologie journalistique et, enfin, de recevoir des plaintes sur l'observation de la déontologie journalistique dans l'ensemble des médias, qu'ils soient audiovisuels, imprimés ou en ligne et concernant tous les journalistes.

Le suivi d'une plainte consiste en un examen qui consiste à vérifier si la plainte est fondée ou non et en une éventuelle sanction qui se limite en la publication de l'avis fondé émis par le CDJ dans le média concerné. La sanction est essentiellement morale et repose sur l'effet « pilori ».

Lors de la création du CDJ, l'intervenant concède que les médias craignaient subir le double contrôle du CSA et du nouvel organe créé. Le décret du 30 avril 2009 règle les relations entre le CSA et le CDJ.

Ainsi les plaintes erronément déposées soit au CDJ, soit au CSA sont orientées vers l'organe adéquat, le CSA traitant des griefs relatifs aux médias audiovisuels dépendant de la régulation adminis-

trative et du respect des décrets, le CDJ traitant les plaintes qui soulèvent des enjeux d'information journalistique. Si la plainte concerne les deux types de griefs, le CSA et le CDJ examinent le dossier selon une procédure conjointe.

Mme Hanot poursuit en présentant les données chiffrées résultant des dossiers traités par le CDJ en 2016. En 2016, 1302 plaignants pour 129 plaintes ont été comptabilisés. Sur les 129 plaintes entrantes, 46 plaintes ont été jugées irrecevables, 7 traitées par médiation et 76 dossiers ouverts. L'oratrice attire l'attention des commissaires sur l'accroissement du nombre de plaintes par rapport aux années précédentes, dû aux plaintes péti­tionnaires organisées via les réseaux sociaux, à l'agenda médiatique lié à l'actualité, à la notoriété du CDJ ou encore au transfert de plaintes déposées initialement auprès du CSA.

Un autre volet, moins visible mais tout aussi important, est celui - comptant 76 dossiers - des demandes d'information provenant soit du grand public, soit des journalistes ou rédacteurs en chef eux-mêmes. Parmi celles-ci, une demande récurrente porte sur le conflit d'intérêt entre la fonction journalistique et l'exercice d'activités privées.

L'oratrice s'attarde ensuite sur la description de la procédure relative au dépôt d'un dossier de plainte. Sa recevabilité dépend d'une part, de critères de forme, tels que l'identification du plaignant, de la séquence ou de l'article visés, du délai (moins de deux mois) entre la publication ou diffusion et le dépôt de la plainte et d'autre part, de critères de fond relatifs à l'identification d'un enjeu de déontologie. En moyenne, le CDJ comptabilise deux tiers de plaintes jugées recevables et un tiers de plaintes irrecevables. Ainsi, en 2016, 76 dossiers ont été jugés recevables, parmi lesquels 9 ont été retirés par les plaignants, 11 ont été clôturés suite à une médiation, 27 ont fait l'objet d'un avis du CDJ et 29 restent pendants. Le CDJ a également remis des avis en 2016 sur 12 dossiers enregistrés en 2015. Les 39 avis remis l'ont été au cours de dix réunions tenues par le CDJ. L'oratrice constate que si le CDJ a émis davantage d'avis en 2016 par rapport aux années précédentes, il n'a pas été en mesure de clôturer l'ensemble de dossiers ouverts en 2016. Des mesures provisoires, comme l'engagement pendant 6 mois d'une juriste, ont été prises en 2017 pour résorber

(2) Ont participé aux travaux de la commission :

M. Dufrane, Mme Jamouille, Mme Kapompole, M. Martin, M. Onkelinx, M. Prévot, Mme Tillieux, M. Culot, Mme Galant, M. Maroy, Mme Potigny, M. Drèze, Mme Moinnet (Présidente), Mme Salvi, M. du Bus de Warnaffe

Ont assisté aux travaux de la commission :

M. Bracaval, M. De Bock, M. Doukeridis, M. Henry, M. Legasse, Mme Maison : membres du Parlement
M. Marcourt, Vice-Président, Ministre de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et des Médias
M. Vrancken, collaborateur au cabinet de M. le ministre Marcourt
M. Ameloot, collaborateur du groupe PS
Mme Leprince, collaboratrice du groupe PS
M. Jammaers, collaborateur du groupe MR
Mme Lejeune de Schiervel, collaboratrice du groupe MR
Mme Royen, secrétaire politique du groupe cdH
M. Belin, collaborateur du groupe cdH
M. Lambert, secrétaire politique du groupe Ecolo

cet arriéré.

La Secrétaire générale du CDJ constate que les 39 avis remis en 2016 sont basés pour une moitié sur une plainte fondée et l'autre moitié, sur une plainte non fondée. Cette proportion semble désormais se répéter d'année en année.

L'analyse des plaintes déposées à l'encontre des médias relèvent une prépondérance (50 %) des plaintes à l'égard de SudPresse, toutes éditions confondues, et de la RTBF, tous supports confondus, le solde se partageant entre La Dernière Heure, RTL, Le Soir, L'Avenir, etc. Mme Hanot remarque néanmoins que deux organes de presse, SudPresse et La DH, font l'objet de la majorité des plaintes fondées.

Parmi les griefs soulevés par les plaignants et reconnus comme fondés par le CDJ, Mme Hanot indique que les plaintes concernent d'une part, le volet du Code de déontologie relatif au respect et à la recherche de la vérité et d'autre part, celui lié aux droits des personnes et droit à l'image. Les questions liées à l'indépendance ou à la loyauté du journaliste semblent moins perçues par le public car elles demandent une connaissance plus avancée du fonctionnement des médias. Elle remarque en revanche une augmentation des griefs portant sur la stigmatisation de l'individu (article 28 du code de déontologie journalistique), en liaison avec une actualité liée à la crise des migrants et aux attentats. Le nombre croissant de plaintes sur le sujet en 2015 et 2016 a conduit le CDJ à adopter, courant 2016, une recommandation « pour l'information relative aux personnes étrangères ou d'origine étrangère et aux thèmes assimilés ». Cette recommandation est assortie d'un lexique spécifique sur lequel peuvent s'appuyer les journalistes.

Si le CDJ effectue l'essentiel de son travail sur base de plaintes, il est également un outil qui, par le biais de la jurisprudence et des recommandations, permet d'améliorer les pratiques journalistiques.

L'intervenante remarque qu'en 2016, un nombre plus important de plaintes concernait les nouveaux médias présents sur le web et les déclinaisons web des médias dits « classiques », tant à propos de leurs contenus écrits, que des images diffusées ou commentaires en ligne. Les plaintes portent essentiellement sur les fausses informations (à ne pas confondre avec les *fake news*), le défaut de rectification explicite, l'utilisation d'images personnelles issues de Facebook, les commentaires joints aux articles... Le CDJ a ainsi émis une série d'avis propres à cette problématique et publié en 2017 une recommandation sur le principe de la rectification des informations erronées.

Mme Hanot répertorie également parmi les thématiques étudiées par le CDJ une préoccupa-

tion déontologique liée aux nouvelles techniques publicitaires en ligne, qualifiées par l'oratrice d'« aveugles » et qui engendrent une confusion entre publicité et information. Elle constate que, si le CDJ ne reçoit que peu de plaintes à ce sujet, il est régulièrement saisi par les journalistes et rédacteurs pour information.

A l'issue du bilan 2016 de l'activité du CDJ, différents enjeux seront à relever en 2017, à savoir :

- gérer un plus grand nombre de plaintes mais aussi de demandes d'information. Pour ce faire, le CDJ a provisoirement recruté un juriste et augmenté le nombre de ses réunions ;

- évoluer dans un nouvel écosystème où se côtoient sur des mêmes plateformes des contenus d'origines et de qualités déontologiques diverses (*fake news*, parodies, rumeurs, informations diffusées par des utilisateurs, etc.). Le CDJ apparaît dans ce nouvel écosystème comme le garant, pour le public, d'une information de qualité, d'où l'idée d'un « label déontologique » ;

- faire encore « grandir » le CDJ. L'AADJ, structure juridique destinée à encadrer le fonctionnement du CDJ, organe opérationnel, est composée de représentants de journalistes (AJP), d'éditeurs de médias à titre individuel ou au sein de fédérations. Forte d'une vingtaine de nouveaux membres qui l'ont rejointe en 2016, l'ADDJ compte désormais 48 membres éditeurs, soucieux de diffuser une information de qualité déontologique.

2 Echange de vues

M. Martin félicite l'évolution du CDJ et de son emprise croissante sur le monde du journalisme. Si le député se réjouit de l'intérêt que montre la profession journalistique pour le CDJ et ses avis, il se demande comment s'établissent les relations entre le journaliste « de base » et le CDJ et comment se diffusent les avis émis par le CDJ auprès de l'ensemble de la profession.

Face à l'évolution d'une société soumise aux effets de l'immédiateté et de la nécessité de communiquer dans l'urgence des informations pas toujours vérifiées ou vérifiables, le commissaire s'interroge sur la perception par le CDJ de ce phénomène particulier et la réponse qu'il peut y apporter, au-delà d'outils comme le droit de réplique. Il évoque les cas de la fausse information relayée sans être vérifiée et sans que la personne mise en cause n'ait l'opportunité de réagir ou du relais d'une information non fondée dont l'auteur se dédouane en donnant à la personne attaquée la possibilité d'intervenir. Quel est, dans ces cas particuliers, la responsabilité du journaliste ?

En troisième lieu, le commissaire s'interroge

sur les organes concernés par les avis émis par le CDJ et les modalités mises en place pour un éventuel suivi. Ont été évoqués la RTBF, SudPresse, La DH. Quelles sont leurs réactions à la réception d'une plainte et d'un avis négatif du CDJ ? Un dialogue et une éventuelle révision de leur position sont-ils possibles ?

Une quatrième question du parlementaire porte sur les droits du lecteur par rapport aux lignes éditoriales parfois très affirmées exprimées dans des organes de presse a priori de tendance neutre.

M. Maroy constate que l'institution qui fête bientôt ses 10 ans arrive aujourd'hui à maturité et gère un nombre croissant de plaintes et de demandes d'information émanant des journalistes eux-mêmes. Il se félicite également du nombre de nouveaux médias ayant rejoint en 2016 le CDJ et se demande si des médias restent réticents par rapport au CDJ et refusent d'y adhérer.

Le parlementaire s'interroge sur l'allongement des délais de traitement des dossiers, estimés à cinq mois, malgré l'augmentation des fréquences des réunions et l'engagement temporaire d'une assistance juridique. Le moment n'est-il pas venu de demander une augmentation des moyens mis à disposition du CDJ ?

Il se questionne ensuite sur le modèle d'autorégulation adopté par le CDJ et sur la nécessité de le faire évoluer en facilitant, à l'instar de ce qu'expérimente le quotidien tabloïd suédois *Expressen*, la demande d'information et/ou la saisine du CDJ.

Le député compare le Conseil d'autorégulation journalistique à un « gendarme sans bâton » où la force des avis rendus tient au seul contrôle social. Il rappelle avoir interpellé à plusieurs reprises le Ministre en charge des médias sur le lien entre l'octroi des aides à la presse et le respect de la déontologie journalistique et attend avec impatience la réforme du décret sur les aides à la presse promise par le Ministre.

Enfin, deux dossiers liés à l'actualité récente l'interpellent d'un point de vue déontologique : le traitement polémique de certains sujets par un animateur de la RTBF dans le cadre de l'émission en radio : « C'est vous qui le dites » et l'appel au *buzz* politiquement orienté d'un journaliste de la RTBF à ses collègues et amis depuis sa messagerie professionnelle. Le CDJ a-t-il été saisi d'une (de) plainte(s) à propos de l'une de ces affaires ? Certaines frontières en matière de déontologie journalistique ont-elles été dépassées ?

Comme ses prédécesseurs, **Mme Salvi** constate l'importance que prend au fil des années le CDJ, le nombre de plaintes augmentant en fonction de l'agenda médiatique. Elle se demande si l'évolution du non-linéaire produit également un effet sur cette augmentation. Elle est également interpellée par le fait que les journalistes demandent anticipa-

tivement conseil auprès du CDJ et s'interroge sur leur profil.

Constatant que les statistiques présentées annuellement reprennent des dossiers non clôturés de l'année précédente, la députée se questionne sur le *process in fine* de toute la procédure de saisine auprès du CDJ. Il lui importe, par le biais d'une réflexion méthodologique, de réduire la durée de la procédure afin que le temps de réaction et la transmission de l'avis correspondent mieux à l'actualité et l'immédiateté du temps médiatique.

Elle remarque que le top 3 des plaintes concerne La DH, la RTBF et SudPresse et sollicite des précisions quant au nombre de plaintes à l'égard de ces médias qui sont considérées comme recevables ou fondées et quant aux suites réservées par ces médias aux avis émis par le CDJ. Elle s'interroge sur l'impact réel de l'avis sur les médias, en l'absence de toute autre sanction que morale.

Enfin, ciblant l'affaire dite « Maréchal », elle réitère sa question relative aux dérives que peut engendrer l'*infotainment* ou le traitement de l'information à travers des émissions de divertissement, rappelant ne pas avoir reçu de réponses satisfaisantes sur le sujet lors des auditions du CDJ menées par la Commission dans le cadre des recommandations sur le futur contrat de gestion de la RTBF.

À l'instar de ses collègues, **M. Doukeridis** souhaite connaître l'appréciation du CDJ sur les moyens à mettre en œuvre pour traiter le nombre croissant de plaintes et sur le renforcement de l'effet produit par les avis émis par le CDJ sur certains médias, qu'ils soient nouveaux dans le paysage médiatique ou particulièrement rétifs.

Il témoigne son intérêt pour le travail de médiation mis en place lors du dépôt d'une plainte, qui peut aboutir à son retrait ou abandon. Il sollicite un exemple pour mieux comprendre l'interaction entre le plaignant et le média ou journaliste visé. Il considère en effet plus raisonnable de chercher à améliorer la déontologie journalistique et le travail du journaliste plutôt qu'à tout prix, chercher un coupable à clouer au pilori. Il souligne toute l'importance du travail de recommandations effectué en amont par le CDJ.

Dans le cas des affaires dites « Maréchal » ou « Caekelberghs », il trouve dommageable de cibler et condamner une personnalité précise, plutôt que d'analyser la façon dont une émission traite l'information ou les relations avec ses auditeurs/trices. Il considère à cet égard plus productif de faire évoluer une situation par le biais de recommandations que par des sanctions personnalisées infligées non pas par le CDJ mais par l'organe de presse lui-même. Quels sont les commentaires et réactions du CDJ à ce propos ?

Parmi les trois observations qu'il souhaite développer, **M. Culot** s'attarde à l'instar de ses col-

lègues sur le dossier « C'est vous qui le dites », abordé à de multiples reprises par la Commission en charge des médias, avec de nombreuses nuances et d'avis contrastés. Comme son collègue M. Maroy, il lui importe de conserver des émissions telles que celle-ci où la parole est donnée à l'auditeur. Au-delà du fond sur lequel, s'il en est saisi, le CDJ ne peut s'exprimer, est-il de la compétence du Conseil de statuer sur des éléments survenus dans une émission qui, aux yeux de la RTBF, n'est pas qualifiée d'émission d'information ? À défaut, comment encadrer une telle émission d'*infotainment*, dont les données d'information sont susceptibles d'être soumises à la déontologie journalistique ? Il souhaite savoir si le CDJ apprécie différemment les obligations déontologiques d'un journaliste appartenant à une entreprise de service public ou à un groupe privé.

Sa deuxième observation porte sur le manque d'indépendance journalistique et la question de la neutralité du service public. Il reprend les propos tenus par un citoyen dans une carte blanche⁽³⁾ : « Alors pour en revenir à la RTBF, qu'il me soit permis de souhaiter qu'elle arrête de se dire neutre et qu'elle devienne pluraliste. Plus qu'un souhait, à l'heure de négocier son futur contrat de gestion, cela me semble même devenir une obligation pour devenir le service public qui corresponde à notre époque ». Quelle est la position du CDJ à propos du pluralisme ou de la neutralité des médias ?

Enfin, le député constate que de nombreuses plaintes concernent les quotidiens du groupe Sud-Presse et sa recherche du sensationnalisme. Sans excuser les maints dérapages constatés, Sud-Presse ne contribue-t-il pas, à sa façon, à la diversité de la presse écrite, étant un des rares médias à poursuivre ses investissements dans ses rédactions locales et à donner écho dans ses éditions à une réalité régionale exprimée par les citoyens et les élus locaux ? Il questionne le CDJ sur la prise en compte des paramètres locaux dans la formulation de ses avis.

Mme Tillieux interroge le Président du CDJ sur la vision qu'il porte sur le rôle qu'il vient d'endosser, sur les obstacles qu'il risque de rencontrer et les ambitions qu'il porte pour le CDJ. Citant M. Jespers lors d'une interview en juin 2016⁽⁴⁾ : « Le journaliste idéal, c'est comme l'homme idéal : ça n'existe pas. 99 % des journalistes ont cette idée d'être au service du public. Malheureusement, leurs médias doivent aussi exister sur le marché, terriblement compétitif. Et ce qui se vend, c'est l'info divertissante, superficielle ». « Le danger augmente avec la numérisation croissante des contenus. Sur internet, chaque clic est enregistré et le succès d'un article est immédiatement visible. On donne priorité à ce qui est le plus consulté, donc plutôt une vidéo de chat qu'une chronique économique ». Le risque ? « Aller vers une duali-

sation de la société face à l'information : une minorité qui a les moyens de se payer des médias qui offrent de la qualité et à côté, en accès libre, le people, des infos très brèves, ... »

Quels sont les recommandations du CDJ pour lutter contre « l'infobésité », cette surcharge d'une information rapide et brève, lacunaire et imprécise ? Après la fracture numérique, émerge la fracture sociale. Quelles mesures peuvent être envisagées pour éviter ce nouveau type de fracture ?

La députée souhaite ensuite entendre le CDJ sur le phénomène lié aux *fake news*, dont la locution, à forte charge médiatique, est élue par les lecteurs du Soir de nouveau mot de l'année et témoigne du climat ambiant qualifié d'ère du soupçon. Quels conseils le CDJ peut-il apporter pour tenter de réduire ou maîtriser son influence ? Faut-il à l'instar de nos voisins français proposer une législation en la matière ?

Quant à l'évolution de la presse en ligne et des réseaux sociaux, elle constate l'augmentation des espaces consacrés au publiereportage ou *native advertising* et la difficulté à distinguer ce type de reportage au contenu publicitaire d'une véritable analyse d'un journaliste professionnel. Comment, à cet égard, défendre la crédibilité des médias en ligne et traditionnels ? La parlementaire s'interroge sur l'évolution du code de déontologie journalistique face à l'information diffusée sur les réseaux sociaux, comme Facebook.

Enfin, elle interroge le CDJ sur son sentiment par rapport à l'évolution de la relation entre médias et monde politique.

Face aux nombreuses questions posées par les parlementaires, M. Jespers regrette de ne pas pouvoir répondre à certaines des interrogations des commissaires. Il rappelle que le Conseil de déontologie journalistique n'est pas l'Observatoire des Médias de la Communauté française, qu'il ne se prononce pas sur les politiques rédactionnelles ni sur les choix éditoriaux des médias, comme cela est explicitement mentionné dans le détail de ses missions. Le CDJ n'a pas à se prononcer sur le mode de fonctionnement d'une entreprise de service public comme la RTBF, ni sur les relations entre la RTBF et les membres de son personnel, tout problème relevant de l'organisation, des relations interpersonnelles ou de l'usage du droit de parole et des moyens de l'exercer devant se régler par le biais de l'application du règlement d'ordre intérieur propre à l'entreprise. Le CDJ ne se prononce qu'à l'égard d'enjeux déontologiques qui ont une portée générale et non particulière. Il invite les commissaires à (re)prendre connaissance du code de déontologie journalistique adopté par le CDJ en 2013.

L'intervenant précise que dans le cas de l'af-

(3) Junker Joseph, « Il n'y a pas de journalisme neutre », La Libre Belgique, 30/01/2018

(4) Portrait : Jean-Jacques Jespers », La COJ, 14 juin 2016

faire « Caekelberghs », aucune plainte n'est parvenue au CDJ. Quant aux affaires relevant de l'émission « C'est vous qui le dites », des plaintes ont été déposées, qui ne portent pas sur les derniers éléments d'actualité, et sont en cours de traitement. Il rappelle que le CDJ ne peut faire état de dossiers en cours.

Mme Hanot précise néanmoins que plusieurs éléments confirment que l'émission incriminée est une émission d'information, même si elle n'est pas sous la responsabilité directe de la direction de l'information au sein de la RTBF, cette disposition ne représentant pas une condition nécessaire à la qualification de l'émission.

Concernant la procédure du CDJ lors de l'examen d'une plainte, celle-ci se transforme en dossier dès qu'un enjeu déontologique lui est reconnu. Un premier échange est organisé entre le plaignant et le média ou le journaliste. Lors de cette première étape, d'une durée de 15 jours, la possibilité d'une médiation est examinée. La médiation est une étape essentielle dans le fonctionnement de la déontologie et permet, quand elle rencontre l'accord des deux parties, une conclusion plus rapide du dossier. Malheureusement, ce mode de conciliation est tributaire de la confiance en l'institution et n'est pas encore largement entré dans les habitudes, le plaignant attendant une forme de réparation à l'issue de la procédure engagée.

Lors de l'étape suivante, le plaignant et le média ou journaliste incriminé posent leurs arguments soit par procédure écrite, soit lors d'une audition. Les différentes étapes d'une procédure de plainte prennent environ 3 mois, parfois 5 mois lorsque les plaintes sont déposées avant une période de vacances ou demandent des investigations plus poussées. Mme Hanot rappelle également que les membres du Conseil de déontologie se réunissent bénévolement.

En réponse à la question de l'évolution de la déontologie depuis la mise en place du CDJ, l'intervenante identifie certaines phases ou transformations pratiques. Elle prend en exemple la question de la stigmatisation, reprise à l'article 28 du Code de déontologie journalistique et devenue prégnante en 2015 et en 2016. Lors des origines du CDJ, le Conseil a déjà traité de nombreuses plaintes sur le sujet. Il s'appuyait alors sur une recommandation coordonnée en 1994 par l'AJP en collaboration avec le Centre d'égalité des chances. Ses différents avis avaient établi une jurisprudence dont les journalistes et les médias avaient pris connaissance. Entre 2011 et 2015, les plaintes portant sur cette thématique ont ainsi quasi disparu pour ressurgir en 2016 avec la crise migratoire et les attentats. Cette fluctuation est due non seulement à la mobilité des journalistes au sein des médias dont les équipes se renouvellent mais également à l'agenda médiatique. La jurisprudence établie à un moment donné s'oublie, ce qui oblige le

CDJ à reposer les règles. Depuis l'adoption de la nouvelle recommandation, les plaintes en lien avec l'article 28 ont nettement diminué.

La Secrétaire générale du CDJ rappelle que l'intérêt des avis du CDJ demeure dans leur communication à l'ensemble de la profession. Lorsqu'une plainte est déposée, le dossier complet est transmis au journaliste et à la rédaction du média incriminé dans l'objectif de provoquer un premier débat au sein de la rédaction avant même la remise de l'avis du CDJ. Quant à l'avis remis, il dit la déontologie en fixant ou non la faute. Dire la déontologie va renseigner non seulement le journaliste et le média mais aussi l'ensemble de la profession sur l'attitude à adopter dans une situation particulière.

A savoir si le CDJ adopte une approche différente en fonction du média contre lequel une plainte est déposée, elle certifie le traitement égal et rigoureux de chaque plainte, garant de la crédibilité du Conseil. Elle concède cependant que derrière chaque journaliste se trouve un homme ou une femme qui développe une conception de la déontologie en lien avec sa sensibilité.

Concernant les statistiques relatives aux plaintes fondées, l'oratrice précise qu'en 2016, sur les 129 plaintes reçues, SudPresse comptabilise 33 plaintes (25 %), la RTBF, 29 plaintes (22 %), la DH, 15 plaintes (11 %) et RTL, 13 plaintes (10 %). Après examen de la recevabilité des plaintes, 22 dossiers ont été ouverts dans le chef de SudPresse, 18 pour la RTBF, 12 pour la DH et 6 pour RTL. Le CDJ a ensuite remis 20 avis à l'attention de SudPresse, 11 à l'attention de la RTBF, 9 à l'attention de la DH et 3 à l'attention de RTL. Ces avis relèvent à peu près 50 % de plaintes fondées et 50 % de plaintes non fondées (sauf la RTBF pour laquelle 8 plaintes sur 11 ont été déclarées non fondées et RTL dont les 3 avis ont constaté une plainte non fondée). Les « pertes » entre le nombre de dossiers ouverts et d'avis remis par le CDJ sont dues à la procédure de médiation active à laquelle font appel certains médias.

Concernant la vérification des informations et la propagation des rumeurs et fausses informations, le Code de déontologie journalistique prévoit à l'article 1er que « Les journalistes recherchent et respectent la vérité en raison du droit du public à connaître celle-ci » et à l'article 6 que « Les rédactions rectifient explicitement et rapidement les faits erronés qu'elles ont diffusés ». En cas de non-respect de ces articles, le citoyen peut déposer une plainte au CDJ, demander une rectification explicite et rapide au média et/ou demander un droit de réponse. La vérification des informations, de leurs sources et leur publicité, s'il n'est pas justifié de protéger l'anonymat de celles-ci, sont des éléments fondamentaux d'un travail journalistique honnête.

En ce qui concerne les moyens accordés pour

le fonctionnement du CDJ, la Secrétaire générale ne peut pas confirmer l'origine structurelle ou conjoncturelle de l'augmentation du nombre de dossiers enregistrés par le CDJ en 2016. A l'heure actuelle, cette augmentation a trouvé une solution dans l'engagement provisoire d'une assistance juridique. Elle constate cependant avec le recul que l'augmentation des plaintes et la diversification du travail administratif lié à l'accroissement des demandes d'information, des procédures de médiation, etc. semblent dues à un effet plutôt conjoncturel. Elle conclut en confirmant que la dotation accordée au CDJ en 2017 est équitable et que, comme prévu dans le décret du 30 avril 2009, ses revenus sont complétés par les cotisations des adhérents dont le nombre est en croissance. L'équilibre obligatoire entre la dotation et les cotisations conduirait en cas d'augmentation de la première à devoir augmenter les cotisations des éditeurs dont la situation financière est délicate dans le contexte actuel de mutation des médias d'information. Quant à la possibilité d'améliorer le fonctionnement du CDJ avec les mêmes moyens financiers, une réflexion a été induite en ce sens : elle prendra en considération l'éventuelle simplification des procédures et étudiera les pistes d'économie sur les postes les plus coûteux comme la location des locaux.

Sur le fait que le CDJ soit qualifié de « gendarme sans bâton », M. Jaspers rappelle l'existence en Europe de trente-deux conseils de presse dont le modèle est similaire à celui du Conseil de déontologie journalistique de la Fédération Wallonie-Bruxelles, à savoir un organe construit sur un modèle paritaire, où siègent éditeurs, journalistes et société civile. Leurs sanctions sont généralement morales et exemplaires, au sens « montrer du doigt le fautif ». Est-ce suffisant ? Proposer des sanctions plus fortes ou financières empièterait, selon le Président du CDJ, sur la liberté de la presse et les libertés d'expression ou de publication, principes fondamentaux de toute société démocratique. Le retrait de la carte de presse ne stigmatiserait que le journaliste fautif et exempterait l'éditeur, dont la responsabilité peut être engagée par les performances qu'il exige, comme la course au scoop, au sein d'une rédaction. La situation pourrait connaître une amélioration par l'octroi d'un label de déontologie aux sites d'information qui adhèrent au CDJ et aux préceptes du Code de déontologie. Ce label pourrait être retiré en cas d'infraction reconnue. La législation en Fédération Wallonie-Bruxelles pourrait également mieux corrélér l'aide à la presse à l'adhésion au système d'autorégulation et au respect du Code de déontologie journalistique.

Mme Hanot poursuit sur l'effet des *fake news* sur l'information, dont M. Jaspers rappelle que la traduction correcte est « information factice ou trompeuse » et non « fausse information ». Légiférer en la matière, à l'instar de ce que propose

le gouvernement français, porterait indirectement atteinte à la liberté d'expression et à la liberté de la presse, tout comme laisser des sociétés privées comme Facebook choisir ce qu'elle publie ou censure. Le meilleur moyen de contrer ce phénomène de *fake news* consiste à éduquer le public à mieux comprendre les médias et à mieux appréhender les informations en identifiant notamment leurs sources. Une autre suggestion consiste en une meilleure connaissance par le public des médias disposant d'un label de déontologie journalistique ou adhérant au CDJ.

M. Jaspers rappelle que le CDJ est un Conseil composé de 20 membres, créé au sein de l'Association pour l'autorégulation de la déontologie journalistique dont l'existence fut reconnue par le décret de 2009. C'est au sein de cette association, dans laquelle siègent des éditeurs et des journalistes, que se déroulent les débats relatifs à la déontologie. Il remarque que les éditeurs sont conscients des problèmes qui se posent car ils sont victimes du système actuel de répartition et de diffusion de l'information en ligne. Le système actuel de partage de l'information en ligne les prive, au profit des GAFA, d'une partie des ressources qu'ils pourraient tirer de leurs investissements dédiés à la recherche d'une information sérieuse. Il rappelle que ces derniers raflent 72 % des recettes publicitaires sur internet. A terme, ce système appauvrit les producteurs de contenu et enrichit les diffuseurs. Les éditeurs de contenu réfléchissent à une stratégie pour contrer ce phénomène, aidés par les directives européennes sur le fonctionnement d'Internet. L'avenir tient en la manière dont on comprendra que l'information est une richesse, qu'elle est une valeur ajoutée et donc qu'elle coûte de l'argent, contrairement à l'habitude prise sur internet de consommer gratuitement une série de contenus. Il faut pouvoir monétiser l'information pour qu'elle puisse maintenir sa valeur non seulement marchande mais également sociale, une valeur d'usage qui doit dépasser sa valeur d'échange. Ce débat ancre toute la problématique liée à l'avenir de l'information : elle doit demeurer l'élément fondamental qui alimente le débat public ; dans le cas contraire, il y a fort à craindre pour l'avenir des médias et des journalistes et à terme, pour l'avenir de la démocratie.

Quant aux relations entre médias et monde politique, le Président du CDJ constate qu'il n'y a jamais eu autant d'indépendance politique des journalistes et des médias. La ligne éditoriale des médias actuels en Fédération Wallonie-Bruxelles n'est plus dictée de l'extérieur par un parti, une église... En revanche, les consignes de type managérial et de type économique n'ont jamais été aussi prégnantes dans les décisions éditoriales des médias. Ce qu'on a gagné d'un côté au niveau de l'indépendance idéologique est en train de disparaître avec les contraintes économiques dues à un marché très compétitif où la concurrence est om-

niprésente. Cette situation pousse à la restructuration profonde de certains médias ou à leur disparition. La diffusion en ligne d'une information avant sa parution dans un journal « papier » bouleverse complètement le modèle économique et la structure des médias classiques. Il prend l'exemple de la Libre Belgique, obligée de changer complètement sa manière de fonctionner pour donner la priorité à une information en ligne payante, source de revenus plus importants.

Après avoir entendu les réponses des représentants du CDJ, **M. Martin** constate la complexité de l'équilibre entre liberté d'expression et recherche de la vérité. Il fait néanmoins part de sa divergence de vue quant à la capacité de sanction, dont il estime l'organisation, à l'instar du monde médical, plus adéquate au niveau de la profession qu'au niveau judiciaire. Il s'interroge également sur la capacité du CDJ à se saisir de cas dont il juge la déontologie douteuse. Enfin, il considère importante l'encadrement par le CDJ des jeunes journalistes, dont la formation peut paraître à certains égards lacunaires.

M. Maroy se montre frustré par rapport à certaines interventions des représentants du CDJ. A ses yeux, la déontologie ne doit pas être une contrainte mais un argument de qualité. Dans le contexte sociétal et économique actuel, disposer d'une information de qualité et vérifiée sera une condition pour que le lecteur achète un quotidien. Il conteste l'avis du Président du CDJ sur la nécessité ou non de légiférer en la matière, vu l'existence d'un décret relatif aux aides à la presse écrite francophone qui conditionne, dans son article 7, l'éligibilité à l'aide à la presse, à l'application du code de principes du journalisme et qui, à son grand dam, n'est que peu respecté.

Le parlementaire regrette également l'absence de réactions des représentants du CDJ sur les deux affaires concernant des journalistes de la RTBF et mentionnées à plusieurs reprises par les commissaires.

Il conclut son intervention en se montrant persuadé que le respect de la déontologie journalistique par les médias et les journalistes conduira les citoyens à continuer à acheter un quotidien d'informations.

M. Doulkeridis revient sur le point « médiation » intervenant dans la procédure de prise en considération et d'examen d'une plainte. Si une plainte trouvant une solution par le biais d'une médiation sort des statistiques, il craint que certains médias survalorisent cette stratégie.

M Culot partage le sentiment de ses collègues concernant les réponses apportées par le Président du CDJ, dont il aurait davantage apprécié l'intervention en qualité de professeur de sciences de l'information et de la communication. Il reconnaît que sa présence en Commission coïncide à la pré-

sentation du rapport annuel du CDJ alors que les commissaires auraient souhaité mieux appréhender les contours de la déontologie journalistique.

Mme Tillieux retiendra des échanges l'évolution du mode de consommation de l'information et le risque d'une dualisation de la société. La conservation d'une déontologie journalistique malgré ces phénomènes garantira la qualité du débat au sein de l'espace public.

Mme Salvi se montre satisfaite des réponses apportées sur les questions de procédure liée au dépôt d'une plainte mais constate que les représentants ont évité de répondre aux questions qui fâchent et qui interpellent l'ensemble des commissaires. Ces derniers auraient souhaité disposer d'éléments de réponses qui leur auraient permis d'élaborer d'éventuelles propositions décrétales répondant à l'évolution du monde des médias.

M. Onkelinx s'interroge sur la préséance entre une plainte déposée simultanément auprès du CDJ et auprès des Cours et Tribunaux, au civil ou au pénal. **Mme Hanot** répond que le règlement de fonctionnement du CDJ ne prévoit pas de conditions d'exclusion entre les deux procédures. Elle cite pour exemple l'utilisation d'avis fondés du CDJ lors du dépôt d'une plainte au civil. Si la sanction du CDJ correspond à une sanction morale par la mise au pilori du média ou du journaliste incriminé, l'avis du CDJ peut être considéré comme un argument valable lors d'un éventuel procès. **M. Jespers** rappelle que, selon la jurisprudence de la Cour européenne des Droits de l'Homme, le journaliste ne commet pas de faute (au sens de l'article 1382 du Code civil) s'il agit de bonne foi, si les informations fournies sont vraisemblables et raisonnablement étayées, s'il est de bonne foi et s'il respecte la déontologie journalistique. Le fait d'être sanctionné par un organe de contrôle de la déontologie peut éventuellement être un élément constitutif de faute au sens de l'article 1382 du Code civil et conduire à la demande par un plaignant de dommages et intérêts. Ces conséquences renforcent la valeur de la sanction émise par un conseil de déontologie ou un conseil de presse.

Le Président du CDJ poursuit avec la comparaison effectuée par **M. Martin** entre journalistes et médecins face à la sanction. Les médecins appartiennent à une profession libérale contrairement aux journalistes qui sont salariés ou liés par un contrat d'entreprise. Si les journalistes étaient liés à un ordre, la sanction ne pèserait que sur le journaliste, alors que le média auquel est lié le journaliste est tout autant responsable d'un éventuel manquement à la déontologie.

Enfin, pour répondre aux questions pendantes relatives à l'affaire « Caekelberghs », il rappelle que le CDJ n'a été saisi d'aucune plainte et n'est donc pas concerné par cette problématique. Néanmoins, en sa qualité de professeur de déontolo-

gie, il se permet de poser les constats suivants : cette affaire pose certaines questions de fait sur l'éventuel détournement de correspondances personnelles, sur l'éventuelle infraction au règlement d'ordre intérieur de la RTBF concernant l'utilisation de la messagerie professionnelle ou concernant une éventuelle prise de position publique, si tant est qu'on puisse la considérer comme telle. En cas de prise de position publique, s'appliquerait l'article 11 du règlement d'ordre intérieur de la RTBF relatif au traitement de l'information et à la déontologie du personnel, qui précise que « Les membres du personnel de la RTBF qui se seront engagés publiquement et de manière parti-

sane dans un débat divisant l'opinion publique devront - pendant le temps de la controverse - s'abstenir de traiter cette question sensible sur les services audiovisuels de la RTBF ».

3 Confiance

Il a été fait confiance à la Présidente et au Rapporteur pour la rédaction du présent rapport.

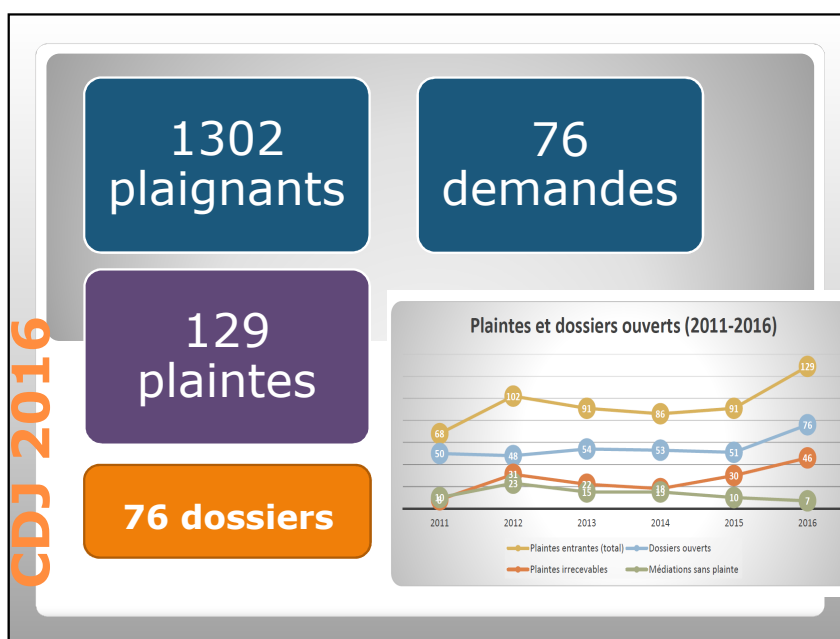
Le Rapporteur,

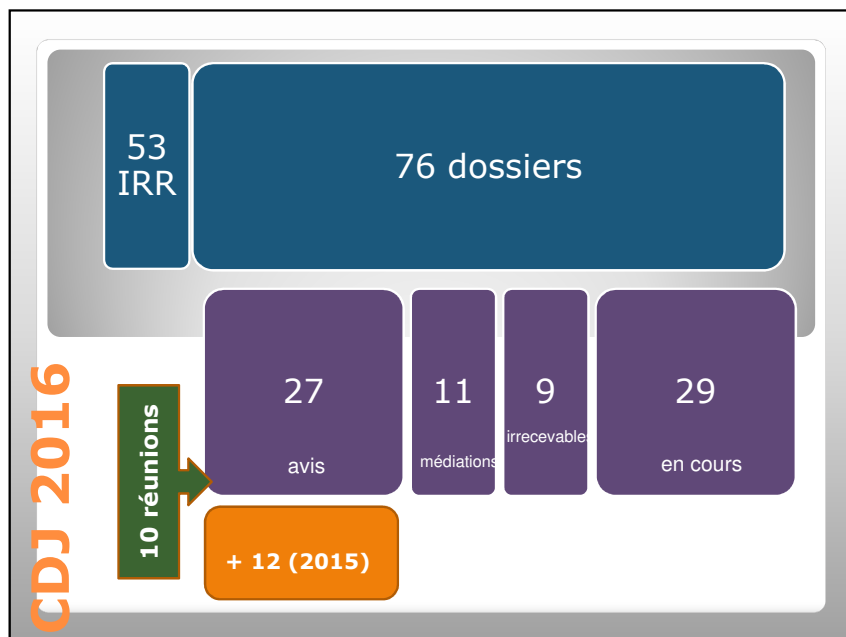
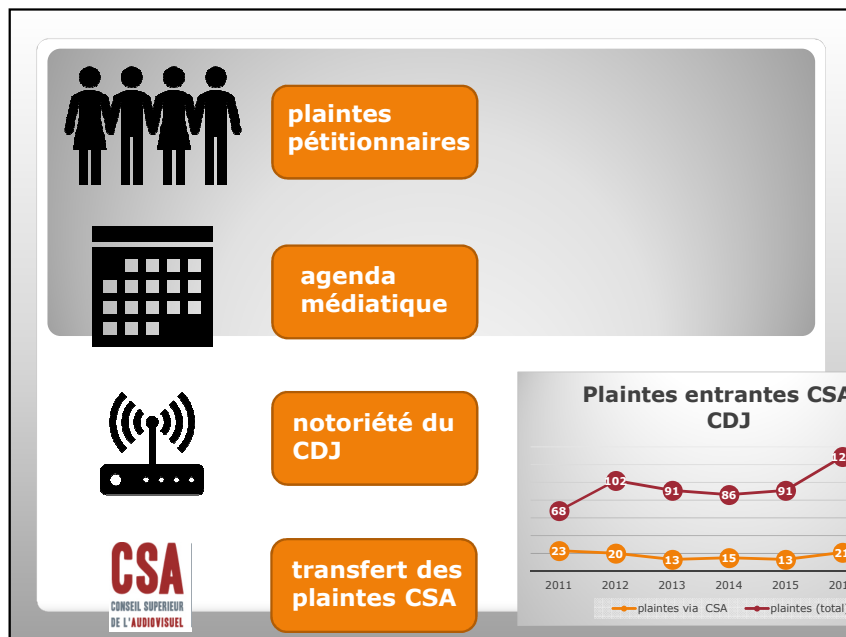
O. MAROY

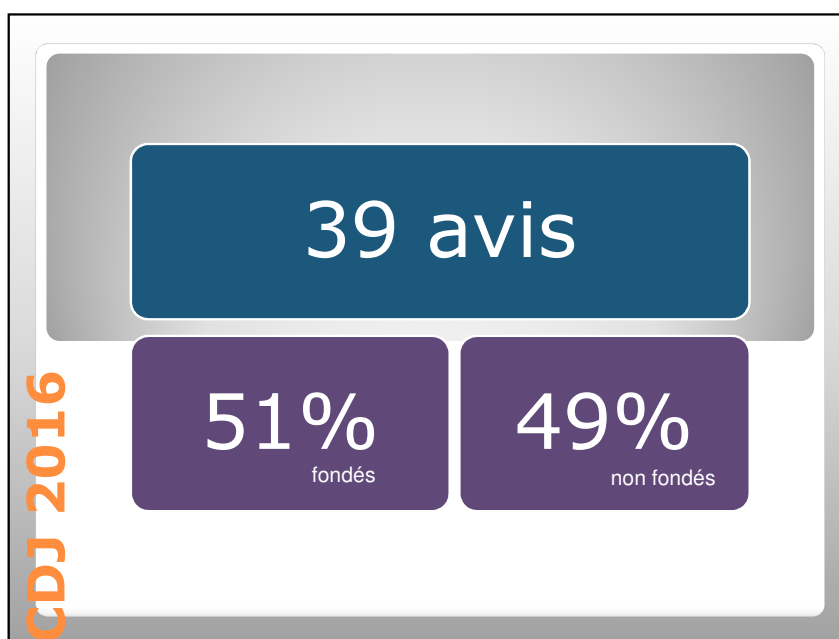
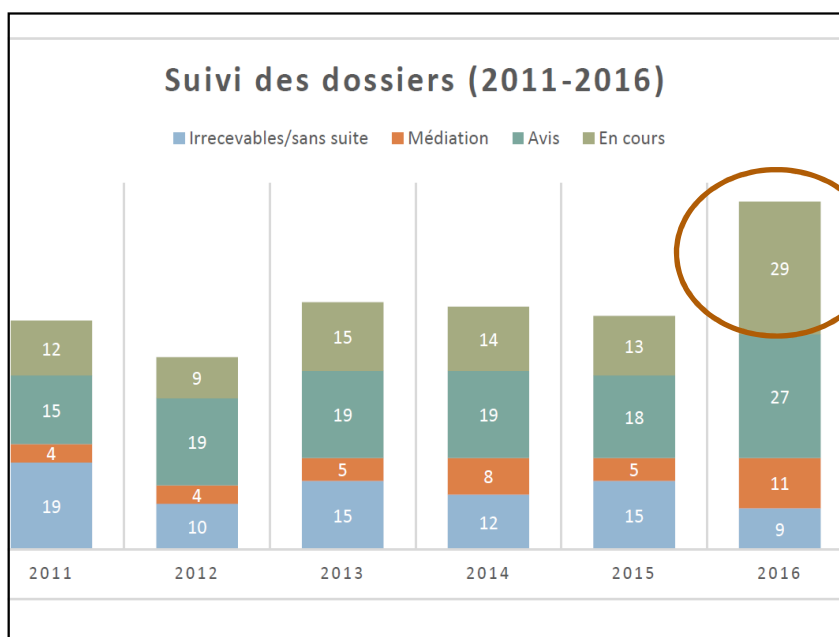
La Présidente,

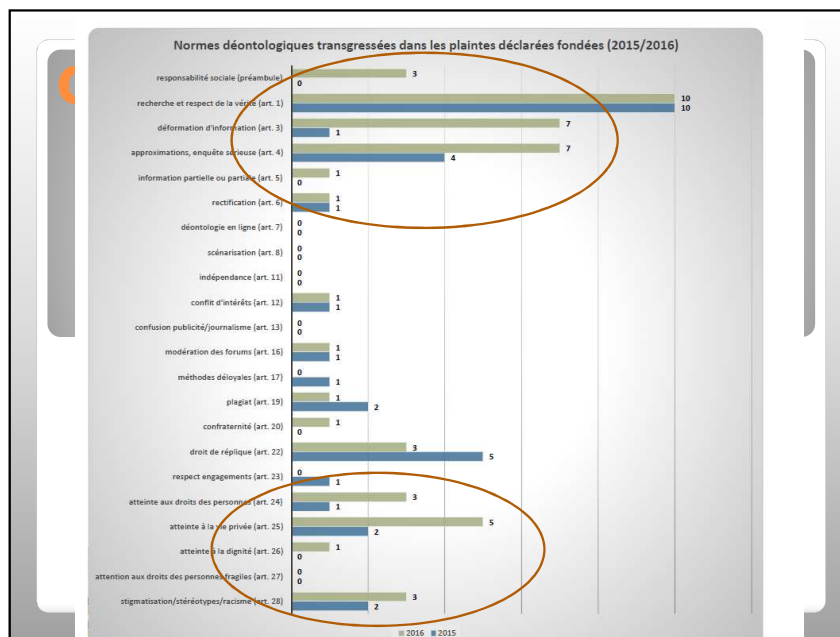
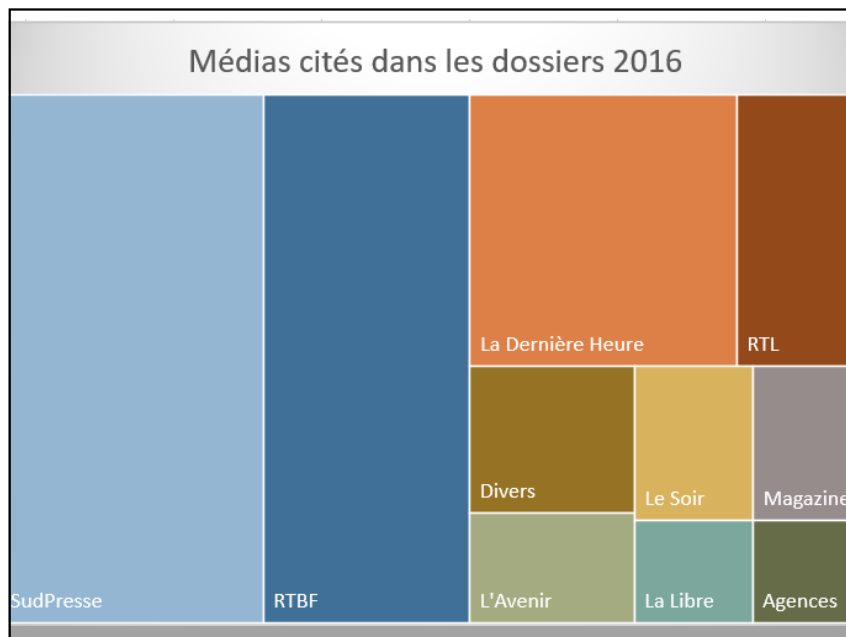
I. MOINET

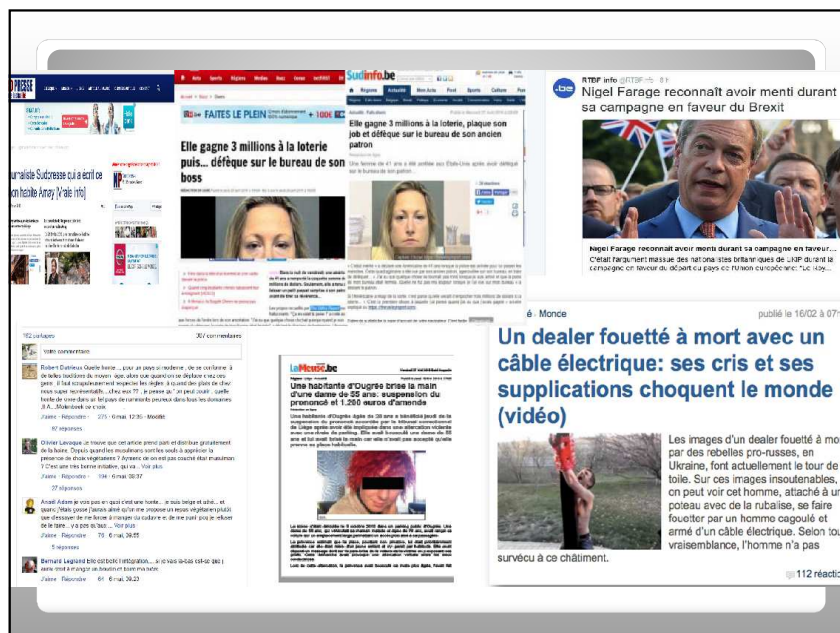
ANNEXE - CDJ - PRÉSENTATION DU RAPPORT ANNUEL 2016 (PDF)











CDJ 2016



Enjeux 2017

un plus grand nombre de plaintes

un nouvel écosystème

une instance qui grandit

I. Informer dans le respect de la vérité

1. Le journaliste a le devoir de rechercher la vérité et de la rendre accessible à tous.
2. Il doit vérifier l'exactitude des informations qu'il diffuse.
3. Il doit citer ses sources et les rendre accessibles.
4. Il doit respecter la vie privée des personnes qu'il interviewe.
5. Il doit éviter les jugements de valeur et les polémiques.
6. Il doit respecter la dignité des personnes qu'il interviewe.
7. Il doit éviter les titres sensationnalistes et les images choquantes.
8. Il doit éviter les informations fausses et les rumeurs.

II. Informer de manière indépendante

9. Le journaliste doit être indépendant de tout pouvoir politique, économique ou religieux.
10. Il doit éviter les conflits d'intérêts et les influences extérieures.
11. Il doit éviter les jugements de valeur et les polémiques.
12. Il doit éviter les informations fausses et les rumeurs.
13. Il doit éviter les jugements de valeur et les polémiques.
14. Il doit éviter les informations fausses et les rumeurs.
15. Il doit éviter les jugements de valeur et les polémiques.
16. Il doit éviter les informations fausses et les rumeurs.
17. Il doit éviter les jugements de valeur et les polémiques.
18. Il doit éviter les informations fausses et les rumeurs.
19. Il doit éviter les jugements de valeur et les polémiques.
20. Il doit éviter les informations fausses et les rumeurs.
21. Il doit éviter les jugements de valeur et les polémiques.
22. Il doit éviter les informations fausses et les rumeurs.
23. Il doit éviter les jugements de valeur et les polémiques.
24. Il doit éviter les informations fausses et les rumeurs.
25. Il doit éviter les jugements de valeur et les polémiques.
26. Il doit éviter les informations fausses et les rumeurs.
27. Il doit éviter les jugements de valeur et les polémiques.
28. Il doit éviter les informations fausses et les rumeurs.

III. Agir avec loyauté

29. Le journaliste doit agir avec loyauté et honnêteté.
30. Il doit éviter les jugements de valeur et les polémiques.
31. Il doit éviter les informations fausses et les rumeurs.
32. Il doit éviter les jugements de valeur et les polémiques.
33. Il doit éviter les informations fausses et les rumeurs.
34. Il doit éviter les jugements de valeur et les polémiques.
35. Il doit éviter les informations fausses et les rumeurs.
36. Il doit éviter les jugements de valeur et les polémiques.
37. Il doit éviter les informations fausses et les rumeurs.
38. Il doit éviter les jugements de valeur et les polémiques.
39. Il doit éviter les informations fausses et les rumeurs.
40. Il doit éviter les jugements de valeur et les polémiques.
41. Il doit éviter les informations fausses et les rumeurs.
42. Il doit éviter les jugements de valeur et les polémiques.
43. Il doit éviter les informations fausses et les rumeurs.
44. Il doit éviter les jugements de valeur et les polémiques.
45. Il doit éviter les informations fausses et les rumeurs.
46. Il doit éviter les jugements de valeur et les polémiques.
47. Il doit éviter les informations fausses et les rumeurs.
48. Il doit éviter les jugements de valeur et les polémiques.
49. Il doit éviter les informations fausses et les rumeurs.
50. Il doit éviter les jugements de valeur et les polémiques.

IV. Respecter les droits des personnes

51. Le journaliste doit respecter les droits des personnes qu'il interviewe.
52. Il doit éviter les jugements de valeur et les polémiques.
53. Il doit éviter les informations fausses et les rumeurs.
54. Il doit éviter les jugements de valeur et les polémiques.
55. Il doit éviter les informations fausses et les rumeurs.
56. Il doit éviter les jugements de valeur et les polémiques.
57. Il doit éviter les informations fausses et les rumeurs.
58. Il doit éviter les jugements de valeur et les polémiques.
59. Il doit éviter les informations fausses et les rumeurs.
60. Il doit éviter les jugements de valeur et les polémiques.
61. Il doit éviter les informations fausses et les rumeurs.
62. Il doit éviter les jugements de valeur et les polémiques.
63. Il doit éviter les informations fausses et les rumeurs.
64. Il doit éviter les jugements de valeur et les polémiques.
65. Il doit éviter les informations fausses et les rumeurs.
66. Il doit éviter les jugements de valeur et les polémiques.
67. Il doit éviter les informations fausses et les rumeurs.
68. Il doit éviter les jugements de valeur et les polémiques.
69. Il doit éviter les informations fausses et les rumeurs.
70. Il doit éviter les jugements de valeur et les polémiques.

Code de déontologie journalistique

cdj@lecdj.be
@DeontoloJ
lecdj.be