



Conseil de déontologie – Réunion du 17 septembre 2025

Avis sur l'articulation des responsabilités respectives des éditeurs et des rédactions en matière de déontologie journalistique

En résumé :

Le 19 juin 2024, le CDJ a décidé de rendre un avis général sur la ligne de partage entre responsabilité éditoriale et responsabilité rédactionnelle, question délicate qui s'était posée dans un dossier de plainte classé sans suite, et qui méritait réflexion et clarification. Cet avis, adopté lors de la réunion plénière du 17 septembre 2025, précise les contours du sujet, intrinsèquement liés au principe d'indépendance rédactionnelle prévu à l'art. 11 du Code de déontologie. Après avoir rappelé, en préalable, les enjeux de cette question, parmi lesquels l'éventuel conflit qui peut naître de la divergence des intérêts respectifs des éditeurs et des rédactions qui peut impacter le respect de la déontologie journalistique, cet avis énonce d'abord les principes généraux en matière de responsabilité éditoriale et de responsabilité rédactionnelle, en ce compris les prérogatives respectives des différents acteurs au sein d'un média. Il aborde ensuite plusieurs thèmes particuliers inhérents à cette distinction : l'objection de conscience, la participation à des contenus de nature commerciale et le retrait de contenus journalistiques.

Chronologie :

Le 24 avril 2024, le Conseil de déontologie journalistique décidait de s'autosaisir d'une question relative au retrait – sans commentaire – de l'article en ligne d'un média qui relayait l'enquête de deux confrères consacrée aux liens entre des entreprises de paris sportifs et un parti politique. Ce retrait avait suscité de nombreuses réactions inquiètes du milieu journalistique, craignant une intervention externe à la rédaction. Après examen des explications circonstanciées fournies par le média dans le cadre de la procédure en médiation qu'il avait initiée, le Conseil a décidé, en séance du 19 juin 2024, de refermer le dossier et de le classer sans suite, faute d'enjeu. Cela étant, il a choisi de rendre un avis général sur la ligne de partage entre responsabilité éditoriale et responsabilité déontologique, eu égard au principe d'indépendance rédactionnelle (art. 11 du Code de déontologie), et sur les principes applicables en matière de retrait d'une production journalistique.

Les règles déontologiques applicables :

Le Code de déontologie journalistique

Préambule : « (...) La responsabilité des journalistes envers le public prend le pas sur leurs responsabilités à l'égard d'intérêts particuliers, des pouvoirs publics et de leurs employeurs. Les journalistes ont une responsabilité sociale inhérente à la liberté de presse ».

Art. 6 : « Les rédactions rectifient explicitement et rapidement les faits erronés qu'elles ont diffusés ».

Art. 9 : « Les journalistes défendent dans leur activité une pleine liberté d'investigation, d'information, de commentaire, d'opinion, de critique, d'humeur, de satire et de choix éditoriaux (notamment de choix de leurs interlocuteurs). Ils exercent cette liberté en toute responsabilité ».

Art. 11 : « Les journalistes préservent leur indépendance et refusent toute pression. Ils n'acceptent d'instructions que des responsables de leur rédaction.

Les journalistes refusent les injonctions contraires à la déontologie journalistique, d'où qu'elles viennent. Ils ne sont tenus d'accepter aucune injonction contraire à la ligne éditoriale de l'organe d'information auquel ils collaborent (...) ».

Art. 13 : « Les journalistes ne prêtent pas leur concours à des activités de publicité ou de communication non journalistique. Les rédactions s'assurent que les messages publicitaires sont présentés de façon à éviter la confusion avec l'information journalistique. La citation de marques, entreprises, personnalités, événements, institutions... ne répond qu'aux seuls critères journalistiques. Les journalistes rendent compte des événements que leur média parraine en appliquant la même déontologie qu'à propos de tout autre événement ».

L'avis du CDJ :

En préalable

L'indépendance des journalistes figure de longue date dans toutes les chartes de déontologie des médias, et notamment dans la Déclaration des devoirs et des droits des journalistes adoptée à Munich en 1971. Le Code de déontologie journalistique du CDJ y fait référence, lui aussi, en son art. 11 qui prévoit : « Les journalistes préservent leur indépendance et refusent toute pression. Ils n'acceptent d'instructions que des responsables de leur rédaction. Les journalistes refusent les injonctions contraires à la déontologie journalistique, d'où qu'elles viennent. Ils ne sont tenus d'accepter aucune injonction contraire à la ligne éditoriale de l'organe d'information auquel ils collaborent (...) ».

Les tentatives d'immixtion dans le travail des journalistes, qui mettent en péril cette nécessaire indépendance, indispensable au droit à l'information du public, peuvent être tant externes (elles peuvent être étatiques, politiques, venir d'annonceurs, etc.) qu'internes aux médias¹. En effet, au sein de ceux-ci coexistent deux formes de capital, détenu par des catégories de personnes différentes : le capital financier est aux mains des propriétaires de médias ; le capital éditorial se situe, pour sa part, entre les mains des journalistes et rédactions².

La tentation peut donc être grande pour les éditeurs, au nom de la viabilité de leur média, d'infléchir le travail informationnel réalisé au sein de leur rédaction pour faire valoir certains intérêts économiques. La Résolution du Conseil de l'Europe 1636 le souligne d'ailleurs, lorsqu'elle énonce en son art. 8.13 : « les médias devraient disposer d'une indépendance éditoriale vis-à-vis de leurs propriétaires, par exemple en convenant avec les propriétaires de médias de codes de conduite sur l'indépendance éditoriale, pour veiller à ce que ceux-ci ne s'immiscent pas dans le travail quotidien des rédactions ni ne compromettent le journalisme impartial »³. L'éventuel conflit qui peut naître de la divergence de ces intérêts peut impacter le respect de la déontologie journalistique.

Cela étant, il convient de souligner que les rédactions et leurs collaborateurs ne sont pas les seuls garants du respect de la déontologie. Les éditeurs sont aussi directement concernés : d'une part, ils sont légalement responsables des éventuelles fautes qui découlent des manquements déontologiques de leur rédaction⁴.

¹ J.-J. JESPERS, *Déontologie de l'information et de la communication – Volume I Déontologie de l'information*, 17^e ed., Bruxelles, COMM-B-305/I/2023, année académique 2024-2025, pp. 141-142.

² *Ibidem*, p. 157 ; S. HOEBEKE et B. MOUFFE, *Le droit de la presse (presse écrite – presse audiovisuelle – presse électronique)*, 3^e ed., Limal, Anthemis, 2012, p. 824. Ces auteurs parlent cependant plutôt de « capital financier » et de « capital intellectuel » ou « moral et intellectuel ».

³ J.-J. JESPERS, *op. cit.* (voy. note 1), p. 155.

⁴ On retiendra que l'art. 25 de la Constitution met en place un régime d'imputabilité successive en cas de délits de presse – la responsabilité en cascade –, toujours centré sur un acteur à la fois : d'abord l'auteur s'il est connu et domicilié en Belgique, ensuite l'éditeur, l'imprimeur et enfin le distributeur. D'autre part, dans l'audiovisuel, le décret du 30 avril 2009 prévoit trois exceptions (l'atteinte à l'indépendance des journalistes, la récidive et la gravité) à la primauté de compétence du CDJ dans l'hypothèse d'une plainte conjointe avec le CSA, soit des cas dans lesquels l'éditeur pourrait se voir sanctionner après avis du CDJ par le régulateur, sur des questions de déontologie couvertes par la loi (E. MONTERO et H. JACQUEMIN, « La responsabilité civile des médias », in *Responsabilité. Traités théoriques et pratiques*, vol. 3, liv. 26^{ter}, Kluwer, Bruxelles, 2003, p. 7 ; Décret du 30 avril 2009 réglant les conditions de reconnaissance et de subventionnement d'une instance d'autorégulation de la déontologie journalistique, *M.B.*, 10 septembre 2009, art. 4, §§2-3).

D'autre part, s'ils sont membres de l'AADJ, ils se sont engagés – statutairement⁵ et publiquement⁶ – à respecter et faire respecter la déontologie. Par ailleurs, l'obligation de diffuser les décisions fondées du CDJ s'impose à eux. Assurer la qualité de l'offre éditoriale et le respect de la déontologie, dans l'intérêt du public et de l'intégrité de la ligne éditoriale, participe donc bien de la mission de l'éditeur.

Ainsi, la question de savoir où tracer la frontière entre la responsabilité des éditeurs et celle des rédactions en matière déontologique est délicate. Considérant qu'il s'agit là d'un enjeu qui mérite réflexion et clarification, le Conseil en précise les contours dans cet avis de portée générale.

Principes généraux

1. Dans le présent avis, il y a lieu d'entendre par :

- i. Rédaction : les responsables et l'ensemble des membres du groupe ou du service chargé de la collecte et du traitement des contenus journalistiques au sein d'un média. Compte tenu de l'évolution des techniques, une rédaction peut aussi être constituée d'une seule personne, opérant via un site internet (blog, etc.) ou une plateforme en ligne ;
- ii. Editeur de média : la personne physique ou morale (ou toute personne déléguée ou représentée à cet effet) qui assume le contrôle effectif des activités de production et/ou de diffusion de l'information journalistique (sélection, organisation), quel que soit le support utilisé ;
- iii. Liberté rédactionnelle / éditoriale : liberté d'investigation, d'information, de commentaire, d'opinion, de critique, d'humeur, de satire et de choix éditoriaux, eux-mêmes liés à la thématique de la publication, au public cible, et aux orientations idéologiques ou aux valeurs défendues par le média (cf. ligne éditoriale)⁷ ;
- iv. Ligne éditoriale : ligne directrice qui définit l'identité d'un média et qui oriente les thématiques abordées et l'angle sous lequel elles sont traitées⁸ ;
- v. Société interne de journalistes : une association interne au média composée de journalistes représentant sa rédaction.

2. Les éditeurs et/ou les rédactions définissent la ligne éditoriale de leur média en toute liberté.

Le CDJ leur recommande de rendre leur ligne éditoriale accessible au public, afin de lui permettre de prendre la pleine mesure des informations qu'ils diffusent.

3. La liberté rédactionnelle d'un média et les choix qui en découlent sont du ressort des rédactions ; ils s'exercent en toute autonomie, responsabilité et sans ingérence, d'où qu'elle vienne, en ce compris des éditeurs.

Ces derniers s'interdisent ainsi de commander une production journalistique, ou de donner des instructions pour modifier une production ou empêcher sa publication.

4. Cela étant, il est légitime que les éditeurs s'intéressent aux questions de déontologie qui se posent au sein de leur média, en vertu de leur propre responsabilité et engagement en la matière, et de leur incidence sur le plan légal.

Ainsi, si le travail des journalistes et des rédactions est susceptible de contrevenir aux règles de déontologie journalistique, les éditeurs alertent ou consultent leur seul intermédiaire possible sur ce risque, à savoir la rédaction en chef ou la personne qui constituerait seule la rédaction.

Les éditeurs peuvent, dans ce cadre, lui formuler d'éventuels conseils ou recommandations pour se conformer aux normes en vigueur, sans que ceux-ci revêtent un caractère contraignant.

5. Le CDJ recommande que les éditeurs n'assistent pas aux réunions de rédaction, sauf exceptionnellement sur invitation de celle-ci, auquel cas ils s'abstiennent d'y intervenir.

⁵ Statuts coordonnés de l'ASBL Association pour l'autorégulation de la déontologie journalistique, adoptés à Bruxelles le 29 juin 2009, tels que révisés le 9 janvier 2023, *M.B.*, 16 mars 2023, art. 5.

⁶ *Ibidem*, art. 7 §2 ; Règlement d'ordre intérieur de l'AADJ tel que modifié le 7 décembre 2022, disponible sur : <https://www.lecdj.be/wp-content/uploads/2023-AADJ-Reglement-Ordre-Interieur-AADJ.pdf>, art. 6.

⁷ Source : S. ROCHAT, « Comprendre une ligne éditoriale », *Centre pour l'éducation aux médias et à l'information*, disponible sur : <https://www.clemi.fr/ressources/ressources-pedagogiques/comprendre-une-ligne-editoriale>.

⁸ *Idem*.

6. Le CDJ recommande aux éditeurs de consulter leur rédaction, leur rédaction en chef ou, si elle existe au sein du média, la société interne de journalistes, sur toute question de nature à modifier fondamentalement la ligne éditoriale ou l'organisation des rédactions.

L'objection de conscience

7. Les journalistes respectent les instructions de leur rédaction en chef, en conformité avec la ligne éditoriale de l'organe d'information auquel ils collaborent.

8. Ils ont cependant droit à l'objection de conscience : ils ne peuvent être contraints d'agir contre leurs convictions ou leur conscience. Ils ne peuvent être sanctionnés pour l'exercice de ce droit.

9. Seule la rédaction en chef peut rappeler à l'ordre le ou la journaliste qui ne respecterait pas de façon manifeste la ligne éditoriale de son média.

La participation à des contenus de nature commerciale

10. Les rédactions et les éditeurs sont tenus au respect de l'art. 13 du Code de déontologie et à la Directive sur la distinction entre publicité et information, particulièrement ses art. 2, 5.3, 10, 11 et 12.

11. Les rédactions sont responsables du respect par leurs collaborateurs de ces principes de claire distinction entre publicité ou action de communication et information. Les éditeurs ne peuvent inciter ces derniers à les transgresser.

12. Lorsque les contenus à teneur publicitaire présentent de fortes ressemblances avec les contenus journalistiques, les rédactions veillent, d'une part, à renforcer le cadre qui permet de souligner leur nature publicitaire et leur différence avec le contenu rédactionnel par une mention distinctive comme « publicité », « publiereportage », « ce texte n'engage pas la rédaction » et, d'autre part, à consulter la rédaction en chef pour vérifier que les mesures prises empêchent bien toute confusion.

13. La participation de journalistes à de la publicité ou de la promotion est tolérée exclusivement pour leur propre média, à condition d'être clairement distincte des tâches d'information. Aucun journaliste ne peut toutefois y être contraint, ni sanctionné s'il ou elle refuse cette participation. Il ou elle doit garder la maîtrise totale de ses droits de la personnalité (notamment ses droits à l'image et à la voix).

14. Il arrive que, dans certains médias privés, particulièrement sur les plateformes en ligne, le rôle d'éditeur et de rédacteur / journaliste soit endossé par une seule et même personne. Dans ce cas, les médias veillent à ce que tout élément publicitaire intégré dans un contenu à caractère informatif soit géré par une personne ou entité distincte de la rédaction, de manière à garantir une distinction claire entre l'information journalistique et la communication commerciale.

Le retrait de contenus journalistiques

15. Le retrait d'un contenu journalistique relève de la seule liberté éditoriale des rédactions et ne peut en aucun cas être dicté par une quelconque influence, pression ou demande d'une personne extérieure à la rédaction. Dans l'exercice de cette liberté, les rédactions s'engagent à procéder à un tel retrait uniquement pour des motifs déontologiques, rédactionnels ou sur injonction d'une autorité judiciaire ou administrative.

16. Les rédactions veillent ainsi à ce que cette action ne puisse être de nature à jeter le doute sur l'indépendance du média. Sauf à enfreindre une nouvelle fois les règles déontologiques ou légales, elles veillent à informer le public, en toute transparence, sur les raisons les ayant poussées à procéder au retrait.

17. Il est en outre important de rappeler que, dans le cas particulier d'informations erronées, les rédactions ont l'obligation de rectifier l'erreur rapidement et explicitement (art. 6 du Code de déontologie et Recommandation sur l'obligation de rectification (2017)). La suppression simple de l'article, du message d'information ou du passage contenant des faits erronés, sans attirer l'attention du public sur l'erreur commise précédemment, ne rencontre pas l'exigence de rectificatif explicite.

La composition du CDJ:

L'avis a été adopté par consensus.

Journalistes

Thierry Couvreur
Arnaud Goenen
Alain Vaessen
Baptiste Hupin
Michel Royer

Éditeurs

Catherine Anciaux
Denis Pierrard
Marc de Haan
Harry Gentges
Jean-Pierre Jacqmin
Pauline Steghers

Rédacteurs en chef

Nadine Lejaer
Yves Thiran

Société civile

Pierre-Arnaud Perrouy
DavidALLEmand
Caroline Carpentier
Florence Le Cam

Ont participé à la discussion : Thierry Dupièreaux, Sandrine Warsztacki, Alejandra Michel et Wajdi Khalifa

Muriel Hanot
Secrétaire générale

Denis Pierrard
Président