

Les
carnets
de la
déon
tologie

Code de déontologie journalistique

**Adopté par le Conseil de déontologie
journalistique le 16 octobre 2013**

**2^{ème} édition
Septembre 2017**

Code de déontologie journalistique

**Adopté par le Conseil de déontologie
journalistique le 16 octobre 2013**

**2^{ème} édition
Septembre 2017**

Les carnets de
la déontologie

5

cdj^o

2^{ème} édition - Septembre 2017

Préambule

Le droit à l'information ainsi que la liberté d'expression et de critique constituent des droits fondamentaux et des conditions essentielles à une société démocratique.

Les journalistes ont le droit et le devoir d'informer le public des sujets d'intérêt général. Celui-ci ne se confond pas avec la curiosité du public qui ne dispose pas d'un droit absolu à tout savoir. Les journalistes ne disposent pas d'un droit absolu à tout divulguer.

Le droit du public à connaître ces sujets détermine la liberté et la responsabilité journalistiques.

Les journalistes s'imposent pour ce faire des normes qui découlent des obligations de

- ◆ diffuser des informations vérifiées ;
- ◆ recueillir et diffuser les informations de manière indépendante ;
- ◆ agir loyalement ;
- ◆ respecter les droits des personnes.

Toute autre personne amenée à diffuser de l'information est invitée à adhérer à ces normes.

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.

► Avertissement

Certaines normes contenues dans ce Code sont complétées, précisées ou développées par des directives présentées en troisième partie de document et disponibles sur le site du CDJ (www.lecdj.be). Elles sont indiquées par une flèche ➔.

Les journalistes peuvent exceptionnellement outrepasser certaines règles de ce Code lorsque l'information est porteuse d'un intérêt général supérieur et qu'elle ne peut pas être recueillie ou rapportée d'une autre manière. Les règles auxquelles il peut être fait exception moyennant d'éventuelles conditions complémentaires sont marquées d'un *.

Les modifications apportées au Code après 2013 apparaissent en italique avec, entre crochets, la date à laquelle le CDJ les a approuvées.

Partie I

Règles déontologiques

I. Informer dans le respect de la vérité

Art. 1 Les journalistes recherchent et respectent la vérité en raison du droit du public à connaître celle-ci. Ils ne diffusent que des informations dont l'origine leur est connue. Ils en vérifient la véracité et les rapportent avec honnêteté. Dans la mesure du possible et pour autant que ce soit pertinent, ils font connaître les sources de leurs informations sauf s'il est justifié de protéger leur anonymat (voir aussi l'art. 21). →

Art. 2 Les journalistes mènent des recherches et des enquêtes et informent librement sur tous les faits d'intérêt général afin d'éclairer l'opinion publique. Ils n'acceptent de se voir opposer le secret des affaires publiques ou privées que pour des motifs d'intérêt général dûment justifiés et à la condition que ces restrictions ne créent pas d'entraves injustifiées à la liberté d'information.

Art. 3 Les journalistes ne déforment aucune information et n'en éliminent aucune essentielle présentée en texte, image, élément sonore ou autre. Lors de la retranscription d'interviews, ils respectent le sens et l'esprit des propos tenus.

Art. 4 L'urgence ne dispense pas les journalistes de citer (cfr art. 1) et/ou de vérifier leurs sources, ni de mener une enquête sérieuse. Les journalistes observent la plus grande prudence dans la manière de diffuser l'information et évitent toute approximation. →

Art. 5 Les journalistes font clairement la distinction aux yeux du public entre les faits, les analyses et les opinions. Lorsqu'ils expriment leur propre opinion, ils le précisent.

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

Art. 7 Les journalistes respectent leur déontologie quel que soit le support, y compris dans l'utilisation professionnelle des réseaux sociaux, sites personnels et blogs comme sources d'information et comme vecteurs de diffusion de l'information. →

Art. 8 Toute scénarisation doit être au service de la clarification de l'information.

II. Informer de manière indépendante

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. 10 Les faits sont contraignants. Le commentaire, l'opinion, la critique, l'humeur et la satire sont libres, quelle qu'en soit la forme (texte, dessin, image, son).

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.

Les journalistes ne sollicitent aucun avantage et n'en acceptent aucun qui mette leur indépendance en danger.

Art. 12 Les journalistes évitent tout conflit d'intérêts. Ils n'exercent aucune activité pour le compte de tiers si cette activité porte atteinte à leur indépendance.

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. →

Art. 14 Les journalistes ne se comportent pas en auxiliaires de police ou d'autres services de sécurité. Ils ne sont tenus de leur transmettre que les éléments d'information déjà rendus publics dans leur média. →

Art. 15 Les journalistes n'utilisent pas dans leur intérêt ou celui de leurs proches l'information financière dont ils ont connaissance avant qu'elle soit communiquée au public. Ils s'interdisent toute forme de délit d'initié et de manipulation des marchés. →

Art. 16 La décision de publier ou non, en tout ou en partie, des réactions émanant du public, de même que la gestion et la modération, de préférence *a priori*, des forums et des espaces de dialogue en ligne, relèvent en toute indépendance de la seule responsabilité de la rédaction. Celle-ci respecte le sens et l'esprit des propos rapportés. →

III. Agir avec loyauté

Art. 17 Les journalistes recourent à des méthodes loyales afin de recueillir et de traiter les informations, les photos, les images et les documents. → Sont notamment considérées comme méthodes déloyales la commission d'infractions pénales, la dissimulation de sa qualité de journaliste, la tromperie sur le but de son intervention, l'usage d'une fausse identité, l'enregistrement clandestin, la rémunération des sources d'information... [16/12/2015]¹.

Ces méthodes ne sont pas considérées comme déloyales lorsque toutes les conditions suivantes sont rencontrées :

- ◆ l'information recherchée est d'intérêt général et revêt de l'importance pour la société ;
- ◆ il est impossible de se procurer l'information par d'autres moyens ;
- ◆ les risques encourus par les journalistes et par des tiers restent proportionnés au résultat recherché ;
- ◆ les méthodes utilisées sont autorisées ou, le cas échéant, validées par la rédaction en chef, sauf exception imprévisible.

Art. 18 Les rédactions ont la latitude de rémunérer les auteurs de textes, de sons et d'images exclusifs pour autant que les autres médias ne soient pas privés d'accès aux mêmes sources d'information. →

¹ Le 16 décembre 2015, le CDJ a décidé de retirer de la liste de l'art. 17 la provocation, le chantage et le harcèlement. Ces pratiques restent des infractions pénales considérées comme des méthodes déloyales mais elles sont difficilement objectivables à la différence des méthodes qui restent explicitement désignées ci-dessus comme déloyales.

Art. 19 Les journalistes ne pratiquent pas le plagiat. Lorsqu'ils répercutent une information exclusive publiée antérieurement par un autre média, ils en mentionnent la source.

Art. 20 Les journalistes font preuve entre eux de confraternité et de loyauté, sans renoncer pour autant à leur liberté d'investigation, d'information, de commentaire, de critique, de satire et de choix éditoriaux, telle qu'énoncée à l'article 9.

Art. 21 Les journalistes gardent secrète l'identité des informateurs à qui ils ont promis la confidentialité. Il en va de même lorsque les journalistes peuvent présumer que les informations leur ont été données sous la condition d'anonymat ou lorsqu'ils peuvent craindre de mettre en danger ces informateurs. Les journalistes ne communiquent alors aucun élément permettant de rendre leur source identifiable. * (voir aussi l'art. 1) →

Art. 22 Lorsque des journalistes diffusent des accusations graves susceptibles de porter atteinte à la réputation ou à l'honneur d'une personne, ils donnent à celle-ci l'occasion de faire valoir son point de vue avant diffusion de ces accusations. L'impossibilité d'obtenir une réponse n'empêche pas la diffusion de l'information mais le public doit être averti de cette impossibilité.

Art. 23 Les journalistes ne prennent envers un interlocuteur aucun engagement susceptible de mettre leur indépendance en danger. Toutefois, ils respectent les modalités de diffusion qu'ils ont acceptées librement tels que l'embargo, le « off », l'anonymat... Ces engagements doivent être clairs et incontestables. →

IV. Respecter les droits des personnes

Art. 24 Les journalistes tiennent compte des droits de toute personne mentionnée explicitement ou implicitement dans une information. Ils mettent ces droits en balance avec l'intérêt général de l'information. Le droit à l'image s'applique aux images accessibles en ligne. →

Art. 25 Les journalistes respectent la vie privée des personnes et ne révèlent aucune donnée personnelle qui ne soit pas pertinente au regard de l'intérêt général. →

Art. 26 Les journalistes évitent l'intrusion dans la douleur des personnes et la diffusion d'informations et d'images attentatoires à la dignité humaine sauf ce qui est pertinent au regard de l'intérêt général.

Art. 27 Les journalistes sont particulièrement attentifs aux droits des personnes peu familiarisées avec les médias et des personnes en situation fragile comme les mineurs ou les victimes de violence, d'accidents, d'attentats, etc. ainsi que leurs proches. *

Art. 28 Les journalistes ne mentionnent des caractéristiques personnelles que si celles-ci sont pertinentes au regard de l'intérêt général. Lorsqu'ils font état de ces caractéristiques, les journalistes évitent les stéréotypes, les généralisations, les exagérations et les stigmatisations. Ils s'interdisent toute incitation même indirecte à la discrimination, *au racisme et à la xénophobie* [25/5/2016]². →

² Le 25 mai 2016, en préalable à l'adoption de la recommandation pour l'information relative aux personnes étrangères ou d'origine étrangère et aux thèmes assimilés, le CDJ a décidé d'ajouter les mots « ... au racisme et à la xénophobie » à la fin de l'article 28 du Code de déontologie journalistique qui la mettait en œuvre.

Partie II

Définitions

Droit à l'image

Toute personne physique possède sur son image et sur l'usage qui en est fait un droit dont nul ne peut disposer, en principe, sans son consentement préalable. Toutefois, dans le domaine de l'information, lorsqu'une personne est identifiable sur une image, son consentement peut être présumé notamment lorsque son image a été captée dans un lieu public ou lors d'un événement public sans mise en avant injustifiée, ainsi que lorsque la personne représentée rend elle-même son image publique ou lorsqu'elle a consenti de manière tacite mais certaine à la prise de vues.

Intérêt général

Du point de vue de la déontologie journalistique, est d'intérêt général une information qui évoque un ou plusieurs enjeux pour la vie en société dans son ensemble ou pour une de ses composantes.

Certains codes utilisent les expressions intérêt public ou intérêt sociétal. Ces termes marquent tous la différence avec l'intérêt particulier. En tout cas, l'intérêt général ne se confond pas avec la simple curiosité de la part du public.

Journaliste

Est journaliste au sens de ce Code toute personne qui contribue directement à la collecte, au traitement éditorial, à la production et/ou à la diffusion d'informations, par l'intermédiaire d'un média, à destination d'un public et dans l'intérêt de celui-ci.

Média

Personne physique ou morale dont l'activité est la production et/ou la diffusion de l'information journalistique, quel que soit le support utilisé.

Plagiat

Par plagiat, ce Code désigne la reproduction textuelle ou quasi-textuelle d'un travail original sans en citer l'auteur.

Rédaction

Le mot rédaction désigne 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.

Partie III

Mise en œuvre

DIRECTIVES, RECOMMANDATIONS ET AVIS DU CDJ¹

→ La protection des sources

Le Code : art. 1, 14 et 21

Loi du 7 avril 2005 relative à la protection des sources journalistiques

Art. 1 [...] Dans la mesure du possible et pour autant que ce soit pertinent, ils [les journalistes] font connaître les sources de leurs informations sauf s'il est justifié de protéger leur anonymat.

Art. 14 Les journalistes ne se comportent pas en auxiliaires de police ou d'autres services de sécurité. Ils ne sont tenus de leur transmettre que les éléments d'information déjà rendus publics dans leur média.

Art. 21 Les journalistes gardent secrète l'identité des informateurs à qui ils ont promis la confidentialité. Il en va de même lorsque les journalistes peuvent présumer que les informations leur ont été données sous la condition d'anonymat ou lorsqu'ils peuvent craindre de mettre en danger ces informateurs. Les journalistes ne communiquent alors aucun élément permettant de rendre leur source identifiable.

La loi du 7 avril 2005 relative à la protection des sources journalistiques donne le droit aux journalistes et aux collaborateurs des rédactions de ne pas répondre à des demandes ou injonctions de révéler leurs sources, sauf dans des conditions très particulières sur requête d'un juge et en cas de risques d'infractions spécifiques. Cette loi a été publiée au *Moniteur belge* le 27 avril 2005.

La démarche déontologique est différente. Elle impose aux journalistes de protéger leurs sources et l'origine de leurs informations si ces sources l'ont demandé ou lorsqu'ils peuvent craindre de mettre en danger leurs informateurs par la révélation d'indications permettant d'identifier ces derniers.

Consulter la loi en matière de protection des sources :

<http://reflex.raadvst-consetat.be/reflex/pdf/Mbbs/2005/04/27/90694.pdf>

¹ Les documents cités sont disponibles sur <http://www.lecdj.be/publications/les-carnets-de-la-deontologie>. Il est également possible d'en obtenir gratuitement une version papier sur demande à info@lecdj.be.

➔ Informer en situation d'urgence

Le Code : art. 4

Recommandation du CDJ du 10 juin 2015

Art. 4 L'urgence ne dispense pas les journalistes de citer et/ou de vérifier leurs sources, ni de mener une enquête sérieuse. Les journalistes observent la plus grande prudence dans la manière de diffuser l'information et évitent toute approximation.



La plupart des questions abordées dans cette recommandation concernent la couverture en direct d'événements tels les attentats. Le direct lui-même n'est pas une nouveauté pour les médias audiovisuels : il existe depuis longtemps pour des événements divers. La nouveauté, ces dernières années, réside dans deux aspects : d'abord la généralisation à de très nombreux médias autres qu'audiovisuels ; ensuite le caractère largement imprévisible de tels événements à la différence

d'autres dont le déroulement est largement connu à l'avance (directs sportifs, événements programmés, cérémonies culturelles, sessions parlementaires...) et auxquels les rédactions peuvent se préparer.

Bien conscient que les moyens des rédactions sont variables, le CDJ leur propose une liste de précautions à laquelle se référer dans toute la mesure du possible lorsqu'elles sont confrontées à de telles situations tant dans l'organisation de la couverture en direct que dans la recherche et le recoupement d'informations ou encore dans la diffusion de l'information.

Consulter la Recommandation "Informer en situation d'urgence" :
<http://www.lecdj.be/telechargements/carnet-7-situation-durgence-avec-cover.pdf>

→ L'obligation de rectification

Le Code : art. 6

Recommandation du CDJ du 21 juin 2017

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



L'obligation de rectification des faits erronés s'inscrit dans une optique de recherche et de respect de la vérité. Elle contribue à garantir la crédibilité des médias d'information et renforce la relation de confiance avec le public. Cette recommandation est principalement basée sur l'analyse de la jurisprudence du CDJ mais s'inspire également de la jurisprudence du *Raad voor de Journalistiek* et des conseils de presse étrangers. Elle est divisée en deux parties : la première pose les principes généraux en la matière ; la seconde apporte des

précisions sur l'information en ligne et déclinée sur d'autres supports numériques (dont les réseaux sociaux). Au nombre des principes mis en avant dans la recommandation, on peut retenir que tous les médias sont concernés par la rectification, que celle-ci nécessite la reconnaissance d'un fait erroné, qu'elle s'opère spontanément, qu'elle doit être rapide, explicite, visible...

Consulter la Recommandation sur l'obligation de rectification :

<http://www.lecdj.be/telechargements/Carnet-rectification-versionavec-cover.pdf>

→ Application de la déontologie journalistique aux réseaux sociaux

Le Code : art. 7

Avis du CDJ du 13 octobre 2010

Art. 7 Les journalistes respectent leur déontologie quel que soit le support, y compris dans l'utilisation professionnelle des réseaux sociaux, sites personnels et blogs comme sources d'information et comme vecteurs de diffusion de l'information.

« [...] Le Conseil de déontologie journalistique a été saisi d'une question relative à l'application de la déontologie journalistique lors de la diffusion d'informations via les nouvelles techniques de diffusion que représentent Facebook, Twitter, les blogs et les autres formes de réseaux dits « sociaux ».

Le CDJ constate que ces nouvelles techniques font de plus en plus partie intégrante de l'activité journalistique, tant pour recevoir que pour émettre des informations. Certes, les personnes exerçant une activité d'information, comme tout individu, ont droit à une sphère d'expression privée. Mais lorsqu'elles diffusent des messages d'information sur un support numérique destiné à un public non défini et non limité, il faut considérer qu'elles y exercent une activité de type journalistique. Elles sont par conséquent tenues d'y respecter leur déontologie professionnelle ».

Consulter l'avis du 13 octobre 2010 sur l'application de la déontologie journalistique aux réseaux sociaux:

<http://www.lecdj.be/telechargements/10-10-13-Avis-sur-la-deontologie-et-les-reseaux-sociaux.pdf>

→ Les forums ouverts sur les sites des médias

Le Code : art. 7 et 16

Recommandation du CDJ du 16 novembre 2011

Art. 7 Les journalistes respectent leur déontologie quel que soit le support, y compris dans l'utilisation professionnelle des réseaux sociaux, sites personnels et blogs comme sources d'information et comme vecteurs de diffusion de l'information.

Art. 16 La décision de publier ou non, en tout ou en partie, des réactions émanant du public, de même que la gestion et la modération, de préférence a priori, des forums et des espaces de dialogue en ligne, relèvent en toute indépendance de la seule responsabilité de la rédaction. Celle-ci respecte le sens et l'esprit des propos rapportés.



L'internet permet l'interactivité sur les sites des médias. Ceux-ci contiennent désormais des espaces ouverts à diverses formes de dialogue avec les internautes ou entre ceux-ci (espaces de réaction aux articles, espaces de discussion, chats), regroupés ici sous le terme générique « forums ». Ces forums constituent de nouveaux espaces ouverts à la liberté d'expression que les technologies font constamment évoluer mais qui connaissent aussi des limites légitimes : le droit, la morale, la déontologie...

Les recommandations visent deux types d'expressions présents sur ces forums : i) ceux qui impliquent une démarche journalistique : interventions des journalistes sur des forums (au sens strict), dialogues avec des internautes, couverture d'événements, animation de communauté... Les journalistes y sont actifs et la déontologie est concernée ; ii) ceux qui donnent la parole au public tout en étant diffusés sur les sites de médias. C'est le cas, globalement, de toutes les expressions des internautes, en particulier dans les réactions aux articles. Elles ne sont pas le fait de journalistes ou de rédactions, mais ceux-ci doivent avoir et conserver la maîtrise de ce qu'ils diffusent ou pas. La déontologie est donc aussi concernée, mais sous la responsabilité des médias, pas celle des journalistes individuels.

Consulter la Recommandation sur les forums ouverts sur les sites des médias : http://www.lecdj.be/telechargements/Carnet_Forums.pdf

→ Avis sur la couverture des campagnes électorales dans les médias

Le Code : art. 9

Avis du CDJ du 16 novembre 2011

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.



Dans cet avis de novembre 2011, le CDJ s'exprime sur les considérations déontologiques qui régissent les dispositifs d'information mis en place par les médias dans la couverture des campagnes électorales, qu'il s'agisse d'émissions spécifiques ou de la couverture habituelle de l'actualité. Les principes cumulatifs et indissociables repris dans cet avis sont : i) la responsabilité des choix éditoriaux et des dispositifs de campagnes électorales appartient aux rédactions ; ii) les rédactions tiennent compte dans leur mission

d'information de la totalité du débat politique, en ce compris les tendances extrêmes et émergentes, en fonction de leur pertinence journalistique. Les rédactions sont invitées à ne pas donner d'accès direct à l'expression des partis, tendances, mouvements... identifiés comme liberticides ou anti-démocratiques et à soumettre cette expression à un traitement journalistique ; iii) les journalistes candidat(e)s aux élections doivent éviter tout conflit d'intérêts et toute suspicion de conflit d'intérêts entre leur activité journalistique et leur engagement politique, qui constitue un droit citoyen. Les responsables des médias sont invités à prendre les mesures de nature à éviter ces situations.

Ces principes sont aussi d'application à l'information en général, hors période de campagnes électorales.

Consulter l'avis sur la couverture des campagnes électorales dans les médias :

http://www.lecdj.be/telechargements/Carnet_Campagnes_Electorales.pdf

→ Distinction entre publicité et journalisme

Le Code : art. 13

Directive du CDJ du 15 décembre 2010, complétée le 11 février 2015

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.



La relation entre publicité et journalisme constitue un débat ancien. S'il n'est pas neuf, cet enjeu est aujourd'hui devenu plus aigu. Les circonstances susceptibles d'entraîner, volontairement ou involontairement, une confusion entre le journalisme et la publicité sont plus sophistiquées, notamment dans le cadre des nouveaux médias. Les modalités sont devenues plus subtiles ; outre les journalistes, de nombreux acteurs entre lesquels des rapports de force se nouent sont concernés. Certains ont leur propre déontologie. Le CDJ ne se

substitue pas aux instances existant dans ces secteurs pour encadrer leurs activités, mais veut les sensibiliser au respect de la déontologie journalistique.

La recommandation rappelle des principes de base (la présence de publicité dans les médias n'est pas remise en cause ; la citation de marques, entreprises, personnalités, institutions... doit répondre aux seuls critères journalistiques ; la juxtaposition de journalisme et de publicité doit donner lieu à une différenciation formelle de nature à éviter toute confusion dans l'esprit du public ; la déontologie interdit aux journalistes de collaborer à des démarches publicitaires) et formule la directive à proprement parler autour de 3 axes : garantir au public une information vraie ; distinguer visuellement publicité et journalisme ; refuser la confusion des rôles. Un quatrième axe, ajouté en 2015, s'applique au *native advertising*.

Consulter la Directive relative à la distinction entre publicité et journalisme : <http://www.lecdj.be/telechargements/carnet-publicite-avec-native-cover.pdf>

→ Opérations d'initiés, manipulation des marchés, recommandations d'investissement et conflits d'intérêts

Le Code : art. 15

Recommandation des médias francophones et germanophones du
12 juillet 2006

Art. 15 Les journalistes n'utilisent pas dans leur intérêt ou celui de leurs proches l'information financière dont ils ont connaissance avant qu'elle soit communiquée au public. Ils s'interdisent toute forme de délit d'initié et de manipulation des marchés.

Considérant la législation belge et européenne en matière de marchés financiers, les représentants des médias et journalistes francophones et germanophones ont posé en 2006, dans une recommandation *ad hoc*, un certain nombre de règles de comportements et de principes de base relatifs aux opérations d'initiés, à la manipulation des marchés, aux recommandations d'investissements et aux conflits d'intérêts qui doivent être pris en compte par les journalistes. Certaines de ces règles s'inspirent de dispositions légales que la recommandation explique. D'autres s'inscrivent dans l'espace réglementaire laissé à l'autorégulation.

La recommandation est ainsi garante d'une information libre, dans le respect réciproque des intérêts de la presse et de l'opinion publique d'une part et des marchés financiers d'autre part. Son objectif est de veiller à ce que les connaissances collectées dans le cadre de la mission d'information des journalistes n'aboutissent pas à la désorganisation des marchés financiers ni à l'obtention d'un quelconque avantage personnel. Un tel avantage, interdit par la loi, peut découler d'opérations d'initiés relatives à des instruments financiers, de manipulations de marché et de conflits d'intérêts, ou de la possibilité donnée à des tiers de commettre de telles infractions.

Consulter la Recommandation relative aux opérations d'initiés, à la manipulation des marchés, aux recommandations d'investissement et aux conflits d'intérêt :

<http://www.lecdj.be/telechargements/20060712-deontologiefinanciere.pdf>

→ Les journalistes et leurs sources

Le Code : art. 17, 18 et 23

Guide de bonnes pratiques AJP-CDJ de mars 2012

Art. 17 Les journalistes recourent à des méthodes loyales afin de recueillir et de traiter les informations, les photos, les images et les documents. Sont notamment considérées comme méthodes déloyales la commission d'infractions pénales, la dissimulation de sa qualité de journaliste, la tromperie sur le but de son intervention, l'usage d'une fausse identité, l'enregistrement clandestin, la rémunération des sources d'information... Ces méthodes ne sont pas considérées comme déloyales lorsque toutes les conditions suivantes sont rencontrées :

- ◊ l'information recherchée est d'intérêt général et revêt de l'importance pour la société ;
- ◊ il est impossible de se procurer l'information par d'autres moyens ;
- ◊ les risques encourus par les journalistes et par des tiers restent proportionnés au résultat recherché ;
- ◊ les méthodes utilisées sont autorisées ou, le cas échéant, validées par la rédaction en chef, sauf exception imprévisible.

Art. 18 Les rédactions ont la latitude de rémunérer les auteurs de textes, de sons et d'images exclusifs pour autant que les autres médias ne soient pas privés d'accès aux mêmes sources d'information.

Art. 23 Les journalistes ne prennent envers un interlocuteur aucun engagement susceptible de mettre leur indépendance en danger. Toutefois, ils respectent les modalités de diffusion qu'ils ont acceptées librement tels que l'embargo, le « off », l'anonymat... Ces engagements doivent être clairs et incontestables.

Les journalistes et les médias exercent une fonction sociale qui implique nécessairement de prendre distance envers leurs sources et de porter un regard critique sur les messages de celles-ci. À l'inverse, les acteurs de la société ont pour objectif de donner une image ou de faire passer des informations les plus proches possibles de ce qui leur convient en fonction de leurs intérêts, de leur positionnement, de leurs stratégies de communication... Ces deux démarches qui répondent à des logiques complémentaires peuvent donc parfois s'avérer contradictoires. Cette différence n'empêche cependant pas de tenter de comprendre et de respecter le rôle de chacun. Il est donc utile de rappeler aux journalistes les exigences de leur déontologie et de faire connaître celle-ci aux sources d'information, afin d'éviter de créer des situations de tension.



Ce Guide des bonnes pratiques rédigé à l'initiative de l'AJP rappelle et complète les exigences déontologiques du journalisme et appelle à les respecter sans concession.

Y sont notamment abordées, en lien avec les articles 17, 18 et 23 du Code les sujets suivants, présentés tant sous l'angle des principes que sous celui des exceptions : transparence et loyauté des méthodes, rémunération des sources, exclusivité, embargo, le "off" (et ses variantes), anonymat de la source.

Consulter le Guide de bonnes pratiques :

http://www.lecdj.be/telechargements/guide_des_bonnes_pratiques.pdf

→ Identification des personnes physiques dans les médias

Le Code : art. 24 et 25

Directive du CDJ du 3 décembre 2014

Art. 24 Les journalistes tiennent compte des droits de toute personne mentionnée explicitement ou implicitement dans une information. Ils mettent ces droits en balance avec l'intérêt général de l'information. Le droit à l'image s'applique aux images accessibles en ligne.

Art. 25 Les journalistes respectent la vie privée des personnes et ne révèlent aucune donnée personnelle qui ne soit pas pertinente au regard de l'intérêt général.



Le Conseil de déontologie journalistique est régulièrement consulté sur l'opportunité d'identifier des personnes dans les médias. Par ailleurs, l'article 25 du Code de déontologie journalistique prescrit aux journalistes de respecter la vie privée. Cette règle générale demande à être concrétisée à propos de l'identification. La Directive sur l'identification des personnes physiques dans les médias a pour objectif de répondre à ces préoccupations. Elle constitue aussi un outil de réflexion pour les journalistes confrontés à la

question de l'opportunité d'identifier des personnes.

Par identification, on entend les informations qui, seules ou par leur convergence, permettent à un public autre que l'entourage immédiat d'identifier directement ou indirectement mais sans doute possible un individu (personne physique évoquée dans l'information diffusée). Ces informations peuvent être contenues notamment dans des textes, des sons et des images. La Directive prévoit de ne rendre les personnes identifiables que lorsque la personne y a consenti ; lorsque qu'une autorité publique a au préalable communiqué l'identité de la personne ; lorsque l'intérêt général le demande. Elle précise aussi les règles applicables pour les mineurs d'âge et les personnalités publiques.

Consulter la Directive sur l'identification des personnes physiques dans les médias :

<http://www.lecdj.be/telechargements/Carnet-6-Identification-HD.pdf>

→ L'information relative aux personnes étrangères ou d'origine étrangère, et aux thèmes assimilés

Le Code: art. 28

Recommandation du CDJ du 25 mai 2016

Art. 28 Les journalistes ne mentionnent des caractéristiques personnelles que si celles-ci sont pertinentes au regard de l'intérêt général. Lorsqu'ils font état de ces caractéristiques, les journalistes évitent les stéréotypes, les généralisations, les exagérations et les stigmatisations. Ils s'interdisent toute incitation même indirecte à la discrimination, au racisme et à la xénophobie.



La Recommandation pour l'information relative aux personnes étrangères ou d'origine étrangère, et aux thèmes assimilés résulte d'un travail d'actualisation des Recommandations pour l'information relative aux alloctones définies en 1994 par l'AGJPB en collaboration avec un groupe d'experts réunis par le Centre pour l'égalité des chances (actuellement UNIA). Elle entend répondre au nombre croissant de plaintes qui portent sur l'application de l'article 28 du Code de déontologie journalistique. Elle rappelle plusieurs

principes généraux de la déontologie journalistique, y ajoutant aussi quelques points d'attention spécifiques en lien direct avec les matières concernées. On y retrouve formulés et détaillés les principes suivants : ne mentionner les caractéristiques personnelles ou collectives dont la nationalité, le pays d'origine, l'appartenance ethnique, la couleur de la peau, la religion, l'opinion philosophique ou la culture que si ces informations sont pertinentes au regard de l'intérêt général ; éviter les généralisations abusives, les amalgames et le manichéisme ; éviter de dramatiser les problèmes; utiliser les termes adéquats ; se méfier de la désinformation ; modérer les propos du public ; refléter la diversité de la société. Un glossaire a été joint à la recommandation. Il reprend les termes qui font l'objet des confusions les plus fréquentes.

Consulter la Recommandation sur l'information relative aux personnes étrangères ou d'origine étrangère, et aux thèmes assimilés :

<http://lecdj.be/telechargements/carnet-9-Recomm-personnes-etrangeres-avec-lexique-PQ-2.pdf>

Sommaire

Sommaire

Préambule	3
Partie I	5
Règles déontologiques	5
I. Informer dans le respect de la vérité.....	5
II. Informer de manière indépendante	6
III. Agir avec loyauté	7
IV. Respecter les droits des personnes.....	8
Partie II. Définitions	11
Partie III. Mise en œuvre	13
→ La protection des sources	13
→ Informer en situation d'urgence.....	14
→ L'obligation de rectification	15
→ Application de la déontologie journalistique aux réseaux sociaux	16
→ Les forums ouverts sur les sites des médias.....	17
→ Avis sur la couverture des campagnes électorales dans les médias	18
→ Distinction entre publicité et journalisme	19
→ Opérations d'initiés, manipulation des marchés, recommandations d'investissement et conflits d'intérêts.....	20
→ Les journalistes et leurs sources	21
→ Identification des personnes physiques dans les médias	23
→ L'information relative aux personnes étrangères ou d'origine étrangère, et aux thèmes assimilés	24

Editeur responsable : Muriel Hanot, AADJ-CDJ

Conseil de déontologie journalistique

rue de la Loi 155, bte 103

1040 Bruxelles

Tél. : 02/280.25.14

Fax : 02/280.25.15

info@lecdj.be

www.lecdj.be

