

L'actualité de la gestion

Universités – Grandes Écoles – Entreprises – Institutions...

par Philippe Naszályi et Jean-Désiré Mbaye

États-généraux de l'information

Le président de la République a lancé en octobre 2023, les États-généraux de l'Information qui ont « pour ambition d'établir un diagnostic sur l'ensemble des enjeux liés aujourd'hui à l'information, d'anticiper les évolutions à venir, de proposer des actions concrètes qui pourront se déployer au plan national, européen et international. »

Les États-généraux ont pour ambition d'associer toutes les parties prenantes ainsi que les citoyens sous la houlette d'un comité de pilotage **indépendant** (le grand mot pour tout justifier!) mais nommé par le Président de la République et composé ainsi¹ :

- Bruno Lasserre, ancien vice-président du Conseil d'État, qui présidera le comité;
- Christophe Deloire, secrétaire général de Reporters sans frontières (RSF), qui en est le délégué général;
- Nathalie Collin, directrice générale adjointe du groupe La Poste, ancienne co-présidente du directoire de Libération et ancienne directrice générale du groupe Le Nouvel Observateur;
- Camille François, chercheuse à Columbia University spécialiste notamment de la désinformation et de la réalité augmentée²;
- Anne Perrot, Professeur d'Économie à l'Université Paris I, présidente de la Commission de la Loi Macron, elle a naturellement soutenu Emmanuel Macron

en 2017... et devient Inspectrice générale des Finances le 27 juillet 2018.

Hors la liberté de la presse est une denrée rare dans le Monde et toujours fragile y compris et peut-être surtout depuis quelque temps en France!

Rappelons brièvement que la loi du 29 juillet 1881 instaure (et régit) en France, la liberté de la presse. Elle est l'un des piliers de nos principes constitutionnels hérités de la III^e République, avec l'école, les communes, le droit syndical, le droit d'association et la Séparation...

Elle est même le premier pilier de cette liberté qu'instaure la République et qui prend sa source dans l'article 11 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen du 26 août 1789 qui dispose que :

La libre communication des pensées et des opinions est un des droits les plus précieux de l'Homme : tout Citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement, sauf à répondre de l'abus de cette liberté dans les cas déterminés par la Loi.

La loi de 1881, est votée sous un républicain par excellence, Léon Gambetta qui préside alors la Chambre des Députés. Elle répond donc parfaitement à cet objectif de liberté et de tolérance.

La commission qui l'élabore est présidée par un des hommes de presse les plus

reconnus du XIX^e siècle, Émile de Girardin qui a succédé à son ami Thiers comme député de la Seine en décembre 1877.

Comme Flaubert, Girardin pense que « La censure quelle qu'elle soit, ... paraît une monstruosité, une chose pire que l'homicide : l'attentat contre la pensée est un crime de lèse-âme³. » Il meurt toutefois en avril 1881 et ne voit pas le vote de la Loi qui a fait l'objet d'un large consensus. Elle est votée par 444 voix contre 4.

Elle est largement inspirée de ses thèses exprimées depuis de nombreuses années « incontestablement la liberté de la presse et la liberté individuelle⁴ » qui se déclinent par la liberté de publication sans entrave et la liberté d'entreprise notamment dans la presse⁵.

Membre depuis sa création du **Conseil de Déontologie Journalistique et de Médiation (CDJM)** qui est une instance de médiation entre les journalistes, les médias, les agences de presse et les publics sur toutes les questions relatives à la déontologie journalistique, La RSG entend s'associer à la contribution du CDJM et à en assurer une large diffusion car la Liberté de la Presse et donc de l'Information, est pour paraphraser Clemenceau, autre journaliste célèbre, une chose trop sérieuse pour être confiée aux seuls journalistes!

1. <https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2023/07/13/lancement-des-etats-generaux-de-linformation>.

2. 24 octobre 2022, <https://www.culture.gouv.fr/fr/Espace-documentation/Rapports/Rapport-de-la-mission-sur-le-developpement-des-metavers>.

3. https://www.herodote.net/La_presse_enfin_libre_synthese-2998-469.php.

4. Émile de Girardin, *Journal d'un journaliste tenu au secret*, juillet 1848, <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k2045472>.

5. Philippe Naszályi, (2022), « Léon Gambetta, orateur, journaliste, polémiste : père de nos institutions ? », *Bulletin de la Société des Études du Lot*, janvier-mars 2022, pages 11-34, <https://uptc-cahors.org/wp-content/uploads/2022/04/flyer-bulletin-Gambetta.pdf>.

LES CINQ PROPOSITIONS DU CONSEIL DE DÉONTOLOGIE JOURNALISTIQUE ET DE MÉDIATION (CDJM)



Ce document présente cinq propositions concrètes du CDJM, proposées aux États-généraux de l'information (EGI) et adoptées par son conseil d'administration le 15 novembre 2023.

Proposition 1 : Renforcer le rôle et la place de l'autorégulation de la déontologie de l'information

Le CDJM forme le vœu que les EGI recommandent l'adhésion de tous les médias, y compris les médias audiovisuels, à une instance d'autorégulation indépendante comme le CDJM.

Cela traduirait la volonté de ces médias de mieux répondre aux interrogations du public par un regard indépendant sur les pratiques déontologiques et d'enrichir la réflexion sur les bonnes pratiques professionnelles.

Le CDJM estime qu'une reconnaissance institutionnelle de la nécessité de l'autorégulation indépendante de la déontologie de l'information contribuera à renforcer la confiance du public dans les médias et la qualité du débat démocratique.

Développement. Le baromètre annuel de La Croix sur la confiance des Français dans les médias et celui, international, publié par l'institut Reuters (Université d'Oxford) montrent que la confiance des citoyens français dans les médias est l'une des plus faibles en Europe.

Ce contexte de défiance engendre une fragilité démocratique dans laquelle s'engouffrent la désinformation et les manipulations relayées notamment par les réseaux sociaux.

La possibilité pour tout citoyen de questionner les règles déontologiques, d'obtenir un avis argumenté sur ses interrogations, de mieux appréhender les notions de ligne éditoriale, de liberté d'expression ou de choix rédactionnel permet de créer une relation d'échange et de réflexion sereine entre les médias et leurs publics. C'est l'objet des conseils de presse dans le monde entier.

L'autorégulation, à laquelle participent les professionnels et des représentants du public, est l'une des voies permettant de regagner cette confiance. La mise en place d'instances de dialogue indépendantes favorise l'émergence de relations apaisées entre les citoyens et les producteurs d'information.

Les pays européens qui bénéficient d'une tradition d'autorégulation de la déontologie de l'information enregistrent des taux de confiance élevés envers les médias : Belgique 44 %, Finlande 69 %, alors que la France, qui pourtant enregistre une légère amélioration, atteint 30 % (Reuters 2023).

La déontologie de l'information est au cœur de la qualité de l'information. Sa défense est un rempart aux attaques visant la liberté de la presse et la liberté éditoriale.

Des chartes de déontologie des journalistes existent, notamment les trois sur lesquelles s'appuie le CDJM :

- la Charte d'éthique professionnelle des journalistes (SNJ, 1918-1938-2011),
- la Déclaration des droits et devoirs des journalistes (adoptée par les syndicats européens à Munich en 1971),
- la Charte mondiale d'éthique des journalistes (créée par la Fédération internationale des journalistes en 2019).

Certains médias ont mis en place de leur côté des chartes internes.

Le respect et la mise en pratique des droits et devoirs des journalistes sont essentiels pour la qualité de l'information et la préservation de ce bien commun.

Les conseils de presse sont un lieu idéal pour réfléchir sur les pratiques déontologiques des médias, sur l'impact des innovations technologiques (intelligence artificielle par exemple). Leur constitution tripartite permet de mobiliser l'ensemble des parties prenantes et d'améliorer les pratiques au-delà des positions partisans.

Proposition 2 : Inciter les professionnels et le public à participer aux démarches d'autorégulation

Encourager l'adhésion des professionnels à une instance d'autorégulation dans une démarche collective.

Promouvoir la possibilité pour le public de saisir un organe d'autorégulation de la déontologie journalistique.

Intégrer le public aux réflexions sur l'avenir de l'information.

Inviter les autorités de tutelle à amener l'audiovisuel public à adhérer à un organe d'autorégulation.

Initier, à l'instar de nombreux conseils de presse européens, une réflexion tripartite sur la constitution d'un corpus complémentaire de bonnes pratiques de déontologie journalistique.

Encourager l'adhésion des professionnels à une instance d'autorégulation dans une démarche collective, pour le bien commun, qui dépasse les intérêts propres de chaque média.

Développement. La révolution numérique amplifie la confusion entre les informations produites par des journalistes et d'autres sources dont la finalité n'est pas seulement l'intérêt du public à être informé. La qualité et la fiabilité de l'information représentent pourtant un enjeu démocratique majeur. La liberté d'opinion, pleine et entière, de la société, en dépend.

À ce titre, le public doit être associé à la réflexion sur la déontologie. L'organisation tripartite des conseils de presse, composés d'éditeurs, de journalistes et du public, permet d'ouvrir les échanges au-delà de la sphère strictement professionnelle et de proposer des solutions collectives concrètes, illustrées notamment par les débats du conseil, la publication d'avis et de recommandations.

Il est nécessaire de développer auprès du public la connaissance de l'autorégulation et la possibilité de saisir un conseil de presse.

Tous les médias sont concernés puisque le CDJM base la recevabilité des saisines sur l'acte journalistique, quel que soit le support.

Proposition 3 : Articuler l'autorégulation de la déontologie de l'information et la régulation de l'audiovisuel

Le CDJM souhaite une clarification des rôles de l'instance de régulation et des instances d'autorégulation en matière de

déontologie de l'information. Cette clarification devrait s'inspirer de la situation en Belgique francophone, où les questions relevant uniquement du respect de la déontologie journalistique sont renvoyées par l'autorité administrative de régulation de l'audiovisuel au Conseil de déontologie journalistique (CDJ).

Développement. L'Arcom a notamment pour mission de veiller à la déontologie des programmes audiovisuels. Les émissions d'information sont des programmes et entrent à ce titre dans le cadre de la régulation des dispositions légales concernant la protection de la dignité humaine et des mineurs, la discrimination, la distinction du contenu journalistique et de la publicité.

Les principes éthiques et les règles déontologiques que se sont donnés les professionnels de l'information dans les démocraties depuis plus d'un siècle encadrent également ces thèmes et vont au-delà.

Pour éviter que certains médias dépendent de deux instances dans les champs communs au droit et à la déontologie, il importe d'organiser l'articulation entre les instances de régulation et d'autorégulation. Cette question se pose dans plusieurs pays.

Les différences entre l'Arcom et le CDJM ne manquent pas :

Le CDJM est une instance d'autorégulation de la déontologie de l'information, éditée, publiée ou diffusée par tous les médias d'information. Le champ de l'Arcom est aujourd'hui l'audiovisuel mais ne cesse de croître (cf. conséquences des directives européennes DSA et EMFA); sa mission est de faire respecter les lois en vigueur et de prononcer éventuellement des sanctions en cas d'infraction.

La notion même de sanction concernant le respect de la déontologie de l'information est dangereuse. Le risque est qu'une autorité politique ou administrative glisse volens nolens du respect des « bonnes pratiques » à l'analyse des choix éditoriaux des rédactions et des journalistes. C'est pour cette raison que, dans aucune démocratie, une instance d'autorégulation de la déontologie du journalisme n'a de pouvoir de sanction.

Les membres du CDJM ne sont pas nommés par le pouvoir politique. Le Conseil n'a pas d'autre rôle que de se prononcer sur le respect de la déontologie de l'infor-

mation définie par des chartes auxquelles les professionnels se réfèrent. Il n'a aucun pouvoir de sanction. Il rend public ses avis et ses recommandations.

Enfin, on ne peut envisager aujourd'hui l'autorégulation de la déontologie journalistique sans prendre en compte la convergence des médias. De plus en plus, les mêmes contenus sont diffusés sur des supports différents, écrits, numériques, audiovisuels. Les règles déontologiques du journalisme sont les mêmes quel que soit le support, et l'acte d'informer n'a pas d'éthique différente selon les supports.

Proposition 4 : Pérenniser la mission du CDJM

Consolider l'existence d'un conseil de presse français avec un financement public pluriannuel et proposer un véhicule adéquat (TVA / aides à la presse / taxes sur les produits numériques...).

Reconnaître le CDJM comme association d'intérêt public. Le CDJM est depuis juin 2022 association d'intérêt général à vocation culturelle. Le rôle de l'autorégulation et l'importance de la qualité de l'information justifient l'inscription du CDJM comme Association reconnue d'intérêt public.

Développement. Afin de renforcer son indépendance, le CDJM a diversifié ses ressources, notamment en faisant appel aux contributions de fondations et en remportant plusieurs appels à projets européens.

Le CDJM bénéficie d'une subvention pluriannuelle de la DGMIC depuis fin 2020. Il souhaite que ce soutien soit confirmé et renouvelé.

Au regard de l'analyse du budget des quatre années de l'association, de son activité – 700 saisines reçues, 130 avis publiés, multiples participations à des événements liés à l'information et au journalisme, publication de recommandations, contributions aux réflexions professionnelles et officielles via des rapports, travaux en commissions... –, des comparaisons avec les budgets des conseils de presse européens, il apparaît cohérent et légitime de pérenniser la contribution publique au financement du CDJM aux côtés des adhésions, du financement privé et des appels à projets européens.

Proposition 5 : Participer aux démarches européennes d'autorégulation

Défendre l'autorégulation dans le cadre du débat européen sur la qualité de l'information.

Œuvrer pour que la législation européenne sur la liberté des médias (EMFA *European Media Freedom Act*) prenne en compte le respect de la déontologie et reconnaisse l'importance de son autorégulation et celle des journalistes dans la production des contenus d'information.

Développement. Il existe une centaine de conseils de déontologie journalistique ou conseils de presse dans le monde, le plus ancien ayant été créé en Suède en 1916. La France s'est dotée tardivement d'un conseil de presse qui a rapidement été utilisé par les citoyens. Les organisations internationales telles que l'Union européenne, le Conseil de l'Europe, l'Organisation pour la sécurité et la coopération en Europe (OSCE) ainsi que l'Unesco incitent à leur création. Elles considèrent que la liberté de pensée et d'expression comme la liberté de communiquer et d'informer sont au cœur de la démocratie et doivent être préservées, et que les citoyens doivent pouvoir dialoguer sereinement avec ceux qui les informent.

Plusieurs États de l'UE incitent les médias publics et privés à rejoindre une instance d'autorégulation de la déontologie de l'information, comme c'est le cas en Belgique, ou en Allemagne pour les médias électroniques.

La coopération entre ces instances existe au sein de l'*Alliance of Independent Press Councils of Europe* (AIPCE). Il serait nécessaire que l'Union européenne la reconnaisse comme un interlocuteur incontournable sur les questions d'éthique du journalisme.

La législation européenne sur la liberté des médias devrait, selon le CDJM, soutenir davantage la création et le développement de ces conseils de presse et inciter les États membres à faciliter leur existence dans le respect absolu de leur indépendance.

Dans le cadre de l'EMFA, il est souhaitable que les autorités françaises soutiennent une harmonisation européenne de la régulation et de l'autorégulation.

CONTRIBUTION DE LA COMMISSION DE LA CARTE D'IDENTITÉ DES JOURNALISTES PROFESSIONNELS AUX ÉTATS-GÉNÉRAUX DE L'INFORMATION



Originalité française et chargée de garantir l'indépendance des journalistes par rapport aux publicitaires, communicants divers, commerciaux ou avocat, la Commission de la Carte d'Identité des Journalistes Professionnels a été instituée dans la période trouble des années 1930 entre les manifestations du 6 février 1934 et l'arrivée au pouvoir du Front populaire en juin 1936 après les élections législatives de mars 1936.

C'est la Loi du 29 mars 1935, dite Loi Brachard, votée à l'unanimité par la Chambre des députés qui l'institue en même temps que le statut de journaliste professionnel sous le très court cabinet de Pierre-Etienne Flandin. C'est le député Émile Brachard⁶, lui-même auteur du rapport éponyme qui donne son nom à la loi pour permettre « l'organisation méthodique d'une profession longtemps demeurée dans l'anarchie ».

Toutefois le législateur n'institue pas une instance de déontologie mais attribue notamment aux journalistes la protection des clauses de conscience et de cession dont on a vu récemment l'illustration lors des changements à la tête du « Journal du Dimanche » ! La liberté de la Presse et par là celles de pensée et d'opinion nous semblent suffisamment fondamentales pour qu'après l'instance de Déontologie qu'est le CDJM, nous publions la contribution de la Commission de la Carte d'Identité des Journalistes Professionnels aux États Généraux de l'Information. La rédaction a tenu à apporter des notes lorsque cela semblait devoir être éclairci pour être compris par tout public.

I. La Commission de la Carte d'Identité des Journalistes Professionnels en trois mots-clefs

Légitimité

La Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels (CCIJP), exception française, a une triple légitimité pour mener son unique mission : l'attribution de la carte de presse.

- Une légitimité légale. C'est le législateur qui, en parallèle à l'instauration du statut de journaliste professionnel en 1935, a créé cette instance dont la mission est d'attribuer la carte de presse. Il s'agit d'une autorité indépendante qui ne rend compte à aucune structure étatique ou gouvernementale. Ses décisions peuvent être contestées devant une commission supérieure, dont les décisions peuvent à leur tour faire l'objet de recours devant le tribunal administratif, puis, en dernier ressort, devant le Conseil d'État.
- Une légitimité professionnelle. À la CCIJP siègent des journalistes professionnels, dans la diversité de leurs métiers, issus de trois syndicats représentatifs de la profession, et dix fédérations d'employeurs, qui représentent l'ensemble des médias d'information en France : toutes les formes de presse, écrite, l'audiovisuel, les agences de presse, les services de presse en ligne.
- Une légitimité démocratique. Tous les trois ans, les représentants des journalistes professionnels, aussi bien dans les régions qu'à la commission de première instance ou à la commission supérieure, sont élus au suffrage universel direct par leurs pairs, c'est-à-dire par les journalistes titulaires de la carte de presse l'année du scrutin. Il s'agit d'un scrutin de liste à deux tours, à la représentation proportionnelle suivant la règle de la plus forte moyenne. Également tous les trois ans, les représentants des fédérations et syndicats d'employeurs sont désignés par ces instances pour siéger, en qualité de commissaire, à la CCIJP.

Efficacité

Le législateur a défini les grandes règles d'attribution et de validité de la carte d'identité des journalistes professionnels ainsi que celles du fonctionnement de la CCIJP. En revanche, il n'en a pas posé l'organisation opérationnelle.

Un financement indépendant. Les partenaires sociaux ont su structurer l'instance pour lui permettre d'être efficace. Ils ont institué dès sa création des droits de dossiers (dont le montant annuel actuel est de 48,80 €), répartis de manière paritaire, pour un financement indépendant. Un fonctionnement paritaire et professionnel. Chaque année, la CCIJP traite plus de 35 000 demandes. Ses membres étudient près de 7 000 cas qui nécessitent un regard de représentants de la profession. Sa commission de première instance se réunit en séance plénière entre 20 et 25 fois par an pour examiner environ 1 100 dossiers complexes de manière collégiale. La commission supérieure, présidée par des magistrats, reçoit 150 à 200 recours lors d'une vingtaine de sessions.

Pour mener à bien l'instruction de ces demandes et leur suivi, la CCIJP s'est dotée d'une équipe salariée qui s'est étoffée pour atteindre aujourd'hui 15 salariés.

Un système d'information performant. Par étape, la CCIJP a adapté ses outils aux demandes des journalistes et de leurs employeurs. Depuis 2021, elle a investi dans un système d'information performant pour leur proposer une demande de carte de presse en ligne. Plus qu'une numérisation de la demande, il s'agit d'un nouveau service pour la profession. Chaque année, la CCIJP remplit ainsi avec efficacité la mission qui lui a été conférée dans la loi.

Agilité

Depuis près de 90 ans, la CCIJP a montré sa capacité à accompagner les évolutions du métier de journaliste.

À la promulgation de la loi en 1935, le paysage médiatique n'avait quasiment que la presse écrite en commun avec celui de 2024. Radio, télévision, Internet... de

6. Né en 1887, mort en 1944, député de l'Aube, 1932-1942. Il vote néanmoins les pleins pouvoirs à Pétain le 10 juillet 1940.

nouveaux canaux de diffusion de l'information apparaissent régulièrement et, avec eux, de nouveaux métiers du journalisme, dont la CCIJP a toujours su prendre la mesure.

Cette agilité s'appuie sur deux piliers qui gardent toute leur pertinence :

- que soit le métier, permettent de définir qui est journaliste professionnel.
- La composition de la CCIJP, qui la place de plain-pied dans les évolutions de la profession puisqu'elle est à l'image de la profession.

II. Les observations de la CCIJP

La mission de la CCIJP est d'attribuer la carte de presse au regard de la situation professionnelle du demandeur. Ce rôle particulier fait d'elle un baromètre des pratiques du journalisme, quels que soient le support et le média d'information, et de ses évolutions.

Cette connaissance se forge aussi bien dans les questionnements de l'instance pour attribuer la carte de presse que dans les constats qu'elle est parfois amenée à poser pour la refuser.

Il est à noter que le pourcentage des refus de carte se situe chaque année autour de 1,5 % à 2 % des demandes. La typologie de ces refus a toutefois pour caractéristique de faire ressortir les fondements du journalisme professionnel que les membres de la CCIJP, de par sa composition, sont les mieux placés pour reconnaître :

- Si la CCIJP reconnaît l'ensemble des supports d'information, elle reste vigilante sur les pratiques de certains médias, qui sortent du champ de ce que constitue le journalisme professionnel au sein d'une entreprise de presse ou d'une agence de presse. Pour exemple, les sites promotionnels, les sites dont le « business model » s'apparente à du *brand content*... Rappelons que journalisme et communication sont deux métiers différents. Également, les événements des dernières années (crise du Covid, guerre en Ukraine...) ont démontré l'importance

d'un journalisme sourcé et bénéficiant de la protection du secret des sources. C'est aussi ce que garantit l'attribution de la carte de presse, laquelle ne doit pas profiter à des sites ou blogs dont l'information n'est pas vérifiée ou renouvelée régulièrement. Sur la question des *fake news*, la CCIJP reconnaît et sait distinguer, ici encore, grâce aux professionnels qui la composent, les organes de presse d'information professionnelle. Ces organes respectent la loi de 1881 et s'attachent à respecter les principes que la 17^e chambre du tribunal judiciaire traite, tels que la présomption d'innocence, la non-diffusion des noms et prénoms des mineurs, à l'heure ou d'autres médias diffusent de telles informations en arguant qu'il ne s'agit pas de *fake news*. La fonction de la CCIJP sera encore plus essentielle pour prendre en compte et appréhender les conséquences de l'intelligence artificielle.

- La CCIJP sera aussi parfois amenée à refuser des cartes de presse à des demandeurs dont l'activité se rapproche du journalisme professionnel mais dont le statut échappe à celui voulu par le législateur en 1935 et confirmé en 1974⁷, ce statut étant entièrement défini par le Code du travail⁸.

L'analyse des causes des refus telle que brièvement décrites ci-dessus permet de suggérer des pistes de réflexion.

1. Consolider le salariat

a. Le contexte

Le statut du journaliste professionnel a été inscrit en 1935 dans le Code du travail, suite au rapport Brachard. En faisant du journaliste professionnel un salarié, le législateur a souhaité répondre notamment à deux problématiques :

- **Compléter la loi du 29 juillet 1881** sur la liberté de la presse par un texte qui encadre les liens entre les journalistes et leurs employeurs. Quel que soit son métier, un journaliste participe ainsi à une

œuvre collective, au sein d'une rédaction, le plus souvent dotée d'une charte de déontologie, avec une chaîne de responsabilité éditoriale depuis la collecte et la mise à jour de l'information, en passant par sa vérification, sa mise en forme, sa hiérarchisation jusqu'à la responsabilité de sa diffusion par un directeur de la publication et la protection de ses sources.

- **Tenter de sortir le journaliste de la précarité.** L'esprit de la loi de 1935 était d'avoir une vocation sociale, d'offrir au journaliste professionnel un statut qui lui permette de travailler dans des conditions décentes. Le but induit : améliorer la qualité de l'information.

La loi du 4 juillet 1974, dite loi Cressard, modifiant l'alinéa 1^{er} de l'article 761-2 du Code du travail et le complétant par un nouvel alinéa afin de faire bénéficier les journalistes « pigistes » du statut des journalistes professionnels, a introduit à leur bénéfice une « présomption de contrat de travail », terme nouveau introduit par cette loi.

Afin de rétablir un équilibre qui manquait à la loi de 1935 et d'accorder le statut de journaliste professionnel aux journalistes dit « pigistes », la loi Cressard a offert dès lors la possibilité pour un journaliste professionnel d'exercer sa profession au sein « d'une ou plusieurs publications » et auprès « d'une ou plusieurs agences de presse », permettant ainsi aux « pigistes » de bénéficier du statut de journaliste salarié. L'ajout de cette « présomption de contrat de travail » a permis selon le rapporteur Fillioud « de présumer qu'il s'agit d'un contrat de travail, quels que soient le mode de rémunération et la nature de la convention passée », de rétablir « l'équité entre les différentes catégories de journalistes professionnels » et de rendre « justice à la petite minorité de pigistes ».

En 2023, cette catégorie de journalistes ne représente plus une petite minorité de la profession, traduisant autant une évolution de la pratique du métier (certains pigistes le sont par choix) qu'une précarisation fortement accrue.

7. Loi du 4 juillet 1974 dite Loi Cressard, adoptée à l'unanimité du Parlement.

8. Article L7112-1 du Code du Travail (anciennement dernier alinéa de l'article L. 761-2 du code du travail), précise que « toute convention par laquelle une entreprise de presse s'assure, moyennant rémunération, le concours d'un journaliste professionnel, est présumée être un contrat de travail. Loi Cressard.

b. Les constats

- Ces deux objectifs de la loi de 1935 et de la loi Cressard sont toujours pertinents : Garder cette notion de responsabilité éditoriale est essentiel : c'est ce qui différencie le journaliste professionnel de l'auteur ou du blogueur. Lutter contre la précarité des journalistes est toujours d'actualité. Entre 2001 et 2022, les cartes de presse des journalistes rémunérés à la pige ou en CDD sont passées de 17 à 25 % des cartes de journalistes en activité.
- Une des principales causes de refus de la carte d'identité de journaliste professionnel (8 % des refus) est le statut d'autoentrepreneur du demandeur. De ce fait, il est probable que des personnes dans cette situation renoncent à faire leur demande de carte.

c. La proposition de la CCIJP

La CCIJP souhaite une corrélation, modulée selon la nature de presse et la taille de l'entreprise, entre les aides à la presse et l'emploi de journalistes titulaires de la carte de presse.

2. Assurer la protection des journalistes professionnels et le secret des sources

a. Les constats

En 2023, trop de journalistes ont été victimes de violences dans le cadre de l'exercice de leur métier, de la part de manifestants comme de la part de membres des forces de l'ordre, notamment lors du mouvement social contre la réforme des retraites ou de manifestations en lien avec les questions environnementales.

Des journalistes professionnels ont aussi été placés en garde à vue à la suite de la couverture d'événements ou à leur travail d'enquête.

b. Le contexte

Le rôle premier de la carte d'identité des journalistes professionnels est de leur

permettre de travailler. C'est-à-dire de certifier de leur qualité auprès de leurs interlocuteurs et, ce faisant, d'avoir un accès facilité à des personnes, des lieux, des manifestations...

Selon les périodes, les accréditations des journalistes et leur libre circulation ont pu être plus ou moins facilitées.

Face à la dégradation des relations entre les forces de l'ordre et les journalistes, le rapport de la commission indépendante créée sur cette question, dit rapport Delarue, a rappelé en avril 2021 que la carte de presse doit être, aux yeux des forces de l'ordre, un document incontestable. La version finale du nouveau schéma national de maintien de l'ordre confirme que la carte d'identité des journalistes professionnels est un moyen suffisant d'identification.

Par ailleurs, la loi du 29 juillet 1881, modifiée le 4 janvier 2010, stipule que « le secret des sources des journalistes est protégé dans l'exercice de leur mission d'information du public ». Cette protection ne peut être levée que pour un « impératif prépondérant d'intérêt public » et avec des mesures strictement nécessaires et proportionnées. Cette protection s'applique en premier lieu aux journalistes professionnels.

c. Les propositions de la CCIJP

- La CCIJP, commission paritaire, soutient la nécessité de couvrir tout événement public ou d'intérêt public par des journalistes professionnels.
- La CCIJP est favorable à un renforcement législatif du secret des sources des journalistes et à une limitation stricte des exceptions possibles, dans le respect de la future législation européenne sur la liberté des médias.

3. Soutenir les journalistes correspondants à l'étranger

a. Le contexte

Dans son article 7111-3, le Code du travail inclut les correspondants à l'étranger dans les journalistes pouvant bénéficier du statut de journalistes professionnels.

En 2023, la CCIJP a accordé 305 cartes de presse à des journalistes français en poste

à l'étranger pour des médias français, sous statut de travailleurs détachés ou expatriés.

Deux tiers d'entre eux étaient en CDI pour un employeur unique, un tiers était rémunéré à la pige.

Sept cartes ont été refusées en début d'année à des journalistes employés sous contrat de droit local par des groupes audiovisuels publics, via des sociétés de production créées spécifiquement à l'étranger pour rémunérer ces collaborateurs sur facture.

En effet, ce type de montage, qui les place hors champ du salariat et du droit français, et donc du Code du travail, les prive de la possibilité de conserver une carte de presse, et de la protection qu'elle représente pour un journaliste français à l'étranger.

La CCIJP a donc décidé, en cours d'année 2023, d'accorder à titre exceptionnel une carte de presse à des journalistes placés dans cette situation par ces médias français.

b. Les constats

La situation de ces journalistes n'a pas été régularisée au cours de l'année 2023.

Les coûts des charges liées au salariat sous statut détaché et le prix des cotisations à la caisse des Français de l'étranger pour les journalistes pigistes ou les journalistes sous statut expatriés sont très élevés.

Les cotisations versées en France par ces journalistes et leurs employeurs ne leur ouvrent pas de droits à une couverture sociale.

Le 14 octobre dernier, à la veille d'un séminaire organisé au Sénat sur le thème "Améliorer les conditions de travail des correspondants à l'étranger", 170 correspondants ou ex-correspondants ont signé une tribune adressée à l'Élysée pour dénoncer leurs conditions d'emploi et « exiger d'avoir accès, comme nos autres collègues journalistes, à une couverture santé, à une retraite, à des allocations-chômage ».

Ils seraient aujourd'hui environ 500 à exercer à l'étranger, dont plus d'un tiers dans une situation d'emploi non salariée qui les prive de protection sociale et de la possibilité de disposer d'une carte d'identité de journaliste professionnel alors qu'ils exercent leur mission d'information pour des médias français.

c. La proposition de la CCIJP

Instaurer d'urgence un cadre juridique protecteur, dans le respect des règles internationales, visant à offrir une protection sociale au correspondant à l'étranger d'ailleurs déjà visé à l'article L. 7111-3 al. 2 du Code du travail, qui participe pleinement, principalement et régulièrement à l'information des citoyens par le biais d'un support de presse ou agence de presse français.

4. Mieux soutenir le reportage audiovisuel

a. Le contexte

Le métier de journaliste d'une part et celui de professionnel (ou intermittent) du spectacle d'autre part sont chacun des métiers particuliers régis par le Code du travail, qui détermine les statuts exclusifs dont bénéficient ces deux catégories distinctes de salariés, avec leurs attributs respectifs et leurs contraintes.

Le journaliste professionnel exerce son activité au sein d'une rédaction, avec une hiérarchie, la responsabilité éditoriale d'un directeur de la publication ou d'un directeur d'antenne et la nécessaire mise à jour régulière de l'information. Ce « rafraîchissement régulier » de l'information est une des conditions essentielles pour former un média de presse tout comme la hiérarchisation de l'information.

La carte de presse est l'un des attributs du statut du journaliste professionnel. Elle est attribuée par une commission, reflet du paritarisme, composée de représentants syndicaux élus par les journalistes professionnels et où siègent, dans le collège employeurs, des représentants des syndicats patronaux désignés par les différents syndicats professionnels.

Le journaliste professionnel bénéficie d'une clause de conscience et d'une clause de cession, en cas de cession de l'entreprise de presse à laquelle il collabore régulièrement.

Le fruit de son travail appartient à son média, qui lui verse des droits d'auteur pour la

réexploitation future des contenus. Il dépend du droit commun s'il est privé d'emploi.

L'intermittence du spectacle est, elle, un régime social réservé à une liste précise d'emplois (où ne figurent pas les journalistes professionnels) et de secteurs d'activité parmi lesquels figurent la production audiovisuelle. La convention collective de l'audiovisuel, dont dépendent les réalisateurs-documentaristes, stipule même, dès son préambule, qu'elle ne peut s'appliquer aux journalistes professionnels.

Ce régime de l'intermittence permet aux réalisateurs de bénéficier d'une assurance chômage spécifique pour tenir compte du temps de préparation nécessaire à la création de leurs œuvres. Cette discontinuité de leur activité est en contradiction avec la notion de régularité, inscrite dans l'article 7111-3 du Code du travail qui définit le journaliste professionnel.

Les œuvres créées par les réalisateurs documentaristes relèvent ainsi davantage de la création et du patrimoine audiovisuel - tout en ayant parfois un lien avec l'actualité ou des phénomènes de société -, que de l'information. C'est d'ailleurs pour cette raison qu'elles sont éligibles aux aides du CNC, alors que les reportages journalistiques ne le sont pas. Enfin, les réalisateurs perçoivent des droits de rediffusion pour leurs œuvres. Ces documentaires patrimoniaux, dont ils ont la titularité des droits d'auteur du fait du mode de rémunération qu'ils perçoivent pour leur réalisation, n'ont pas vocation à être mis à jour et demeurent en l'état prêts à être rediffusés tels quels.

b. Le constat

Quelques réalisateurs de documentaires demandent la carte d'identité de journaliste professionnel. La CCIJP rencontre en effet ces situations dans le cadre de demandes de cartes qui lui sont soumises et qui bénéficient d'une analyse individuelle.

En 2023, 41 demandes, dont 13 émanant de personnes travaillant pour l'audiovisuel public, ont été refusées par notre assemblée de première instance au motif principal que

le demandeur avait pour statut professionnel celui d'intermittent du spectacle.

La CCIJP relève dans l'examen de ces demandes que de nombreuses sociétés de production emploient des salariés sous l'un et l'autre des statuts, journaliste professionnel ou réalisateur sous le régime de l'intermittence. Ce choix s'explique naturellement par la nature de la fonction exercée par la personne. Et parfois, pour la société de production et/ou pour le réalisateur, il découle de raisons budgétaires liées aux financements du CNC⁹.

Nous ne pouvons que constater le fréquent recours au statut de l'intermittence dans les entreprises de l'audiovisuel public s'appuyant davantage sur la saisonnalité de certaines émissions, pourtant pérennes dans la durée, que sur leur caractère d'information au public pour définir les relations qu'elles posent avec leurs collaborateurs.

c. Les propositions de la CCIJP

- Rouvrir la possibilité pour les rédactions des entreprises audiovisuelles publiques de produire directement des documentaires, possibilité particulièrement restreinte par les lois de 1986 et 1989 sur la liberté de communication, ceci notamment pour résorber les quelques situations à la frontière des deux métiers, journaliste professionnel et réalisateur.
- Permettre explicitement que l'emploi de journalistes professionnels ne soit pas un critère d'inéligibilité aux aides du CNC.

Ces propositions sont le fruit d'un constat, mais sortent du champ d'action de notre instance.

5. Structurer l'éducation aux médias et à l'information

a. Le contexte

Après les attentats de 2015 et l'assassinat de huit membres de la rédaction de *Charlie Hebdo*, l'éducation aux médias et à l'information (EMI) s'est considérablement

9. Centre National du Cinéma.

développée grâce au soutien du ministère de la Culture. La CCIJP a accompagné cet effort de pédagogie envers le public et notamment le jeune public : elle a neutralisé les revenus provenant de cette activité, c'est-à-dire qu'elle n'a pas tenu compte de ces revenus pour évaluer le caractère principal de l'activité journalistique, estimant qu'il était primordial que des journalistes professionnels en soient les principaux acteurs.

b. Les constats

Alors que cette activité est devenue un complément financier indispensable pour nombre de journalistes pigistes, cet essor de l'EMI a entraîné la multiplication des prescripteurs avec des disparités de contenus, mais aussi de statuts et de mode de rémunération pour les intervenants.

Du point de vue de l'attribution de la carte de presse, cette hétérogénéité des situations n'est actuellement pas prise en compte. Elle entraîne cependant une forme de disparité entre les demandeurs ayant une activité annexe, ce qui n'est pas acceptable sur le long terme.

c. Les propositions de la CCIJP

La CCIJP se félicite du déploiement de l'EMI. Néanmoins, elle appelle de ses vœux une structuration de cette activité, avec une rémunération sous forme de salaire, en cohérence avec le statut de journaliste professionnel.

Elle propose de poursuivre l'encadrement de l'EMI par des certifications officielles et

d'associer toute la profession et ses représentants à ce déploiement.

6. Garantir la primauté de l'intelligence et de la responsabilité humaines

a. Le contexte

Le développement de l'intelligence artificielle (IA) s'est accéléré de façon spectaculaire dans les toutes dernières années et, comme de nombreux autres secteurs professionnels, le journalisme se retrouve directement touché. En particulier par les IA dites « génératives » et, très vite, par les IA « apprenantes » de type « deep learning ». La CCIJP mesure tout l'enjeu posé par ces technologies pour la profession et, sans aucun doute, pour le confortement de sa mission.

b. Les constats

Si l'IA est utilisée par les rédactions françaises depuis longtemps (notamment dans le domaine du référencement), elle se retrouve aujourd'hui dans la création de contenus journalistiques : rédaction de dépêches, traduction, génération de titres et légendes, illustrations, relecture et correction, etc.

c. Les propositions de la CCIJP

La notion de journaliste professionnel dont peut se prévaloir le journaliste dès qu'il se voit attribuer la carte de presse prend

plus que jamais tout son sens. Grâce à la légitimité qui est la sienne, la CCIJP entend, en attribuant la carte de presse, se porter garante de ce journalisme professionnel.

Dès lors, avec le développement de l'IA, la lecture en deux temps que fait la CCIJP pour déterminer l'éligibilité à la carte de presse démontre encore davantage son efficacité :

- Le média auquel collabore le journaliste, est-il un média d'information ?
- Le journaliste effectue-t-il un travail journalistique au sein de ce média ?

Dans le périmètre de son champ d'action, la Commission identifie un certain nombre de points sur lesquels elle sera vigilante et qui pourraient inspirer d'autres travaux menés à l'échelle de la profession.

En particulier :

- Identifier si l'IA est au service du travail du journaliste professionnel ou l'inverse.
- Exiger la transparence de la part des supports médiatiques : le contenu généré par l'IA doit être clairement indiqué au citoyen et ne doit ni créer la moindre confusion pour le public ni imiter des captures ou des enregistrements du monde réel. La CCIJP sera tout aussi vigilante et adoptera la même logique qui celle qui est la sienne concernant les contenus publi-rédactionnels et le mélange des genres entre information et communication.
- En cas d'utilisation de l'IA, celle-ci est-elle sous l'encadrement et la responsabilité d'un journaliste professionnel ?
- Identifier si les supports médiatiques ont mis en place des chartes ou pris des engagements sur ces cas d'utilisation.

