france•tv

Charte des antennes

Sommaire

Statut de la présente Charte des antennes 6

Liberté et responsabilité 7

1. Le téléspectateur au centre de la télévision publique 10

1.1. Les missions de service public 10

1.1.1. La télévision de tous 10

1.1.2. Le rôle social 10

1.1.3. Responsabilité sociétale et environnementale, et promotion de la diversité 11

1.1.4. Le pluralisme 11

1.1.5. L'indépendance, les moyens 12

1.1.6. La déontologie et le respect du pluralisme dans l'organisation interne de France Télévisions 12

1.1.7. Le Comité relatif à l'honnêteté, à l'indépendance et au pluralisme de l'information et des programmes 12

1.2. Services et programmes de France Télévisions 13

1.2.1. Focus sur l'offre d'information 13

1.2.2. Focus sur l'offre numérique 14

1.2.3. L'expression des formations politiques, organisations syndicales et professionnelles 14

1.4. L'écoute des téléspectateurs 15

1.4.1. La Médiation de l'information et des programmes 16

1.4.1.1. Indépendance de la Médiation de l'information et des programmes 16

1.4.1.2. Missions de la Médiation de l'information et des programmes 16
1.4.1.3. Moyens d'intervention de la Médiation de l'information et des programmes 17
1.4.2. Relations avec les téléspectateurs 17
1.5. Les horaires de diffusion 18
1.6. L'apposition d'une signalétique appropriée 19
1.7. La qualité technique 19
1.8. La formation 20
2. Le respect de la personne et de sa dignité 21
2.1. Respect de la vie privée 21
2.2. Lieu privé, lieu public 22
2.3. Droit à l'image 23
2.3.1. Autorisations 23
2.3.2. L'image et les témoignages de mineurs 24
2.3.3. Mineurs délinquants 25
2.4. Respect de la souffrance 25
2.5. Diffamation et injure 26
2.5.1. Diffamation 26
2.5.2. L'injure 27

Sommaire

2.6. Droit de réponse 28

2.6.1. En matière audiovisuelle 28

2.6.2. Sur Internet 28

2.7. Respect des différences 28

2.8. Violence 29

2.9. Avertissements 30

2.10. Prisonniers de guerre 30

2.11. L'image de la diversité 30

3. Le pluralisme 31

4. L'honnêteté de l'information 32

5. Le traitement des affaires judiciaires 34

5.1. Les affaires judiciaires en cours 34

5.1.1. La présomption d'innocence 35

5.1.2. Le secret de l'enquête et de l'instruction 35

5.1.3. Droit des victimes majeures 36

5.1.4. Mineurs victimes 36

5.1.5. Mineurs délinquants 36

5.1.6. Traitement de la garde à vue et de la mise en examen 37

5.2. Audiences et comptes rendus des débats judiciaires 37

5.3. Les affaires judiciaires jugées 38

6.Publicité, parrainage et placement de produit.....39

6.1. Les messages publicitaires et de parrainage..... 39

6.2. Le placement de produit 39

7.Éthique et indépendance des collaborateurs de France Télévisions ..40

7.1. Principes s'appliquant à l'ensemble des personnels..... 40

7.1.1. Engager l'image de France Télévisions 40

7.1.2. La Charte d'éthique de l'entreprise..... 40

7.1.3. Blogs et réseaux sociaux..... 40

7.1.4. Cadeaux, invitations et avantages 41

7.1.5. Candidatures des personnels à des élections 41

7.2. Principes spécifiques aux journalistes 42

7.2.1. Reportages subventionnés 42

7.2.2. Responsabilité individuelle et conflits d'intérêts . 42

7.3. Engagements déontologiques en matière de contenus produits et diffusés 42

7.3.1. Publicité clandestine 43

Statut de la présente Charte des antennes

La présente Charte constitue un socle de valeurs partagées au sein de France Télévisions.

Elle s'applique à l'ensemble des contenus édités par « la télévision publique », que ce soit en télévision, en radio ou dans l'univers numérique.

Elle constitue une compilation de textes législatifs, réglementaires ou contractuels auxquels elle fait parfois référence.

Sommaire

Préambule

Liberté et responsabilité

« La télévision de service public a vocation à constituer la référence en matière de qualité et d'innovation des programmes, de respect des droits de la personne, de pluralisme et de débat démocratique, d'insertion sociale et de citoyenneté ainsi que de promotion de la langue française [1]. » La loi sur la liberté de la presse reconnaît cette liberté comme nécessaire à la fondation et au fonctionnement d'une démocratie [2]. L'Union européenne considère la télévision publique comme « un élément essentiel de la qualité du processus démocratique [3]». Les principes, les règles et les modalités d'application de la présente charte définissent, précisent et organisent l'espace de liberté de France Télévisions.

Cette Charte traduit la responsabilité et l'adhésion des collaborateurs des antennes de France Télévisions à des valeurs partagées : l'honnêteté, la transparence, l'indépendance et le pluralisme de l'information ; l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion ; la représentation de la diversité de la population française. Les chaînes de France Télévisions exercent leur responsabilité éditoriale sur toutes les émissions. Toute émission produite ou acquise doit se conformer aux principes énoncés par France Télévisions dans la présente Charte qui concerne tous ses collaborateurs. La responsabilité éditoriale s'exerce sur tous les supports de diffusion, actuels et à venir. Ainsi que le rappelle le Conseil supérieur de l'audiovisuel : *« En aucun cas, la responsabilité du diffuseur ne peut être déléguée aux producteurs, réalisateurs, ou preneurs d'images, auxquels il recourt [4]. »*

Toute émission produite ou acquise à l'extérieur doit se conformer aux principes de cette Charte et recevoir, avant sa diffusion, l'agrément des responsables de France Télévisions. Le respect des principes et des pratiques énoncés dans cette Charte relève du jugement et de la responsabilité de tous les personnels de France Télévisions sous l'autorité de son président-directeur général, qui exerce la fonction de directeur de la publication.

Sommaire

[1] Cahier des charges de France Télévisions, décret 2009-796, 23 juin 2009
[2] Loi sur la liberté de la presse du 29 juillet 1881 modifiée notamment par la loi du 9 juillet 2010
[3] Protocole d'Amsterdam sur le service public de radiodiffusion, 17 juin 1997
[4] Communiqué du CSA n° 385, 9 février 1999

Preambule

La Charte constitue un socle de valeurs partagées au sein de France Télévisions, une compilation des principes généraux, déontologiques, conventionnels ou légaux existants.

Elle n'a pas pour objet de créer des obligations supplémentaires pour l'entreprise ou les collaborateurs mais elle est destinée à clarifier, en les reprenant, les obligations existantes.

En conséquence, les dispositions sont applicables à l'entreprise comme aux collaborateurs, par elles-mêmes en dehors de la Charte.

Les trois premiers chapitres de la présente Charte portent sur les responsabilités de l'ensemble des professionnels de la société ; les trois chapitres suivants concernent plus particulièrement les personnels qui travaillent sur les émissions d'information (journaux télévisés, magazines, reportages...).

Ainsi, le **chapitre 1** est relatif aux grands principes et aux valeurs de l'entreprise, avec une explication sur le rôle de certaines directions ou services (Direction de la réglementation, de la déontologie et du pluralisme des antennes, médiateur de l'information et des programmes, service des relations téléspectateurs, Conseil consultatif des programmes) et un rappel des missions de service public et des contenus des programmes

Il s'agit d'engagements de l'entreprise, notamment prévus dans le Cahier des charges ou le Contrat d'objectif et de moyens.

Sommaire

Les actions de formation à mener (prévus aux 1.6 et 1.8) constituent un engagement de l'entreprise opposable également aux salariés, destinataires des formations.

Les **chapitres 2** relatif au respect des droits des personnes (vie privée, diffamation...), **3** au pluralisme, **4** à l'honnêteté de l'information, et **5** aux traitements des affaires judiciaires, rappellent les grands principes légaux, jurisprudentiels et déontologiques des journalistes.

Ces dispositions sont opposables à tous les Français en dehors de la charte, et donc aux salariés de France Télévisions.

Il en est de même du **chapitre 6** concernant le placement de produit et le parrainage qui évoque les grands principes légaux et réglementaires du CSA, opposables par eux-mêmes à France Télévisions en dehors de la Charte.

Le **chapitre 7** relatif à l'éthique et à l'indépendance renvoie à la Charte éthique de 2017, qui a déjà fait l'objet d'une consultation devant le CCE avec recueil de l'avis les 13-14 juin 2017 ainsi que, pour des éléments spécifiques, d'une consultation en vue de leur insertion dans le règlement intérieur de France Télévisions (par exemple, les cadeaux et invitations).

Il renvoie également aux notes internes relatives aux candidatures des personnels à des élections, notes élaborées en prévision de chaque élection et en s'appuyant sur les dispositions légales et les réglementations du CSA.

De même, il fait référence aux principes déontologiques des journalistes en ce qui concerne leur responsabilité individuelle et rappelle à l'entreprise qu'elle doit refuser les voyages subventionnés.

Sommaire

1. Le téléspectateur au centre de la télévision publique

1.1. Les missions de service public

La télévision publique a un rôle important à jouer « *pour promouvoir la diversité des cultures de chaque État, pour offrir des programmes éducatifs et des programmes de découverte, pour informer de manière objective l'opinion publique des événements et des débats en cours, pour assurer le pluralisme, et pour fournir de manière démocratique et gratuite un divertissement de qualité* [5]». L'exercice de ses missions sert l'intérêt général, le lien social, le pluralisme, la diversité des programmes et des genres, pour tous les publics. Elle participe de la vie démocratique.

1.1.1. La télévision de tous

La télévision publique est accessible à tous, elle privilégie l'intérêt général sur les intérêts particuliers. Elle a pour mission de s'adresser à la société dans son ensemble, à tous les téléspectateurs et non à des « cibles » particulières. Elle est la télévision de tous les citoyens, du public pris dans toutes ses composantes. Elle s'attache à prendre en compte les attentes de tous, à rassembler une audience large sur l'ensemble des publics. Elle prête une attention particulière à la vie régionale, à la jeunesse, à la famille et aux personnes âgées ou isolées.

1.1.2. Le rôle social

La télévision publique exerce une mission spécifique au regard de la vie démocratique. Elle est « *directement liée aux besoins démocratiques, sociaux, culturels de chaque société* [6] ». Elle favorise le débat démocratique, les échanges entre les différentes parties de la population ainsi que l'insertion sociale et la citoyenneté. Elle doit promouvoir les grandes valeurs qui constituent le socle de notre société et renforcer le lien entre les individus.

Sommaire

Afin de faire vivre ce rôle social, France Télévisions peut mettre en œuvre sur les blogs et les réseaux sociaux des dispositifs de prolongation des débats ou d'approfondissement des thématiques évoquées sur ses antennes.

[5] Conseil européen des ministres de la Culture, résolution « Développement du secteur audiovisuel », 05/11/2001
[6] Protocole d'Amsterdam, 17 juin 1997

1.1.3. Responsabilité sociétale et environnementale, et promotion de la diversité

Premier groupe audiovisuel français, France Télévisions se doit, plus que tout autre, d'être exemplaire et porteur de valeurs citoyennes. D'où les multiples actions que mène le groupe en matière de responsabilité sociétale et environnementale, ainsi qu'en matière d'égalité au sein de l'ensemble de ses programmes et contenus numériques.

France Télévisions mène une politique active en matière d'éducation à la responsabilité sociétale et environnementale. Ses actions portent sur le rôle de la télévision publique, la maîtrise de l'impact environnemental, le développement et la satisfaction des collaborateurs ainsi que l'engagement sociétal.

Parce que la différence est une richesse, un vrai moteur d'innovation et de créativité, France Télévisions met en œuvre au sein de l'ensemble de ses programmes et de ses contenus numériques une politique de diversité volontariste orientée autour de quatre champs prioritaires : le handicap, la mixité et l'égalité hommes-femmes, la diversité sociale et ethnoculturelle, et l'âge.

1.1.4. Le pluralisme

Comme l'a indiqué le Conseil constitutionnel dans sa décision 2000-433 DC du 27 juillet 2000, le pluralisme des courants d'expression socioculturels est en lui-même un objectif de valeur constitutionnelle, l'une des conditions de la démocratie. La télévision de service public a vocation à constituer la référence en matière de pluralisme. Conformément à son cahier des charges, France Télévisions développe un ensemble de services qui, par leur diversité, contribuent au pluralisme des courants de pensée et d'opinion, permettent à tous les publics, et notamment la jeunesse, d'exercer son libre choix entre des programmes qui garantissent l'expression des différents points de vue et analyses.

Sommaire

1.1.5. L'indépendance, les moyens

La principale source de financement de la société France Télévisions est constituée par le produit de la contribution à l'audiovisuel public. Les

moyens mis à la disposition de France Télévisions sont accordés par le législateur aux fins de l'accomplissement de ses missions de service public. L'acquittement de la redevance par les téléspectateurs est la garantie pour le service public de son indépendance, et lui crée une obligation à l'égard des téléspectateurs, dans une relation d'échange. Financement direct par le public ainsi que — dans certaines limites — publicité et parrainage doivent lui permettre d'assurer ses missions en toute indépendance, dans un système qui exprime la préséance de l'intérêt général sur les intérêts particuliers, partisans et privés.

1.1.6. La déontologie et le respect du pluralisme dans l'organisation interne de France Télévisions

La Direction de la réglementation, de la déontologie et du pluralisme des antennes (DRDP) assure un rôle quotidien de conseil de la Direction en charge des programmes et de la Direction de l'information de France Télévisions, et un rôle d'interface avec le Conseil supérieur de l'audiovisuel sur l'ensemble des problématiques liées à l'application des règles relatives à la déontologie des antennes et au pluralisme politique dans les contenus. La DRDP assure également le lien de France Télévisions avec le Comité relatif à l'honnêteté, à l'indépendance et au pluralisme de l'information et des programmes.

1.1.7. Le Comité relatif à l'honnêteté, à l'indépendance et au pluralisme de l'information et des programmes

Sommaire

Conformément à l'article 30-8 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, tel que modifié par la loi n°2016-1254 du 14 novembre 2016, un Comité relatif à l'honnêteté, à l'indépendance et au pluralisme de l'information et des programmes composé de personnalités indépendantes est institué auprès de France Télévisions. Chargé de contribuer au respect des principes déontologiques, il peut se saisir ou être consulté à tout moment par les organes dirigeants de la personne morale, par le médiateur lorsqu'il existe ou par toute personne. Il informe le CSA de tout fait susceptible de contrevenir à ces principes.

Conformément à la loi, ce Comité rend public son bilan annuel au plus tard le 31 mars de l'année suivante

1.2. Services et programmes de France Télévisions

France Télévisions est chargée de concevoir et de programmer des émissions de télévision à caractère national, régional et local ainsi que, en Outremer, des émissions de radio. Elle conçoit également et met à disposition du public des services de médias audiovisuels à la demande. Avec des chaînes nationales et régionales dotées chacune d'une identité forte, et un réseau ultramarin, France Télévisions offre à son public une programmation riche, ambitieuse et fédératrice qui a pour but d'informer, d'éduquer et d'animer le débat démocratique, tant au niveau national que local et international. Le projet stratégique du groupe s'articule autour de valeurs fortes : indépendance, universalité, innovation et fiabilité de l'information, promotion de la diversité notamment, afin de refléter la société française d'aujourd'hui.

1.2.1. Focus sur l'offre d'information

France Télévisions a pour mission d'informer, d'accompagner l'information régionale, nationale, européenne et internationale et de l'expliquer. Alors que les nouveaux usages et le développement de nouveaux outils numériques semblent saturer l'espace d'informations, il est indispensable de donner des repères pour permettre d'identifier le vrai du faux, de séparer « l'infox » de l'info. C'est une nécessité, en particulier auprès des plus jeunes qui sont les plus sensibles à la circulation des rumeurs sur les réseaux sociaux et à toutes les formes de désinformation, de complotisme.

Donner des clés pour comprendre l'information, c'est aussi expliquer la façon dont fonctionne « la fabrique de l'information » et favoriser l'intérêt des jeunes pour l'actualité, en particulier sur le Web. Éduquer à l'information pour développer un esprit critique et citoyen constitue une dimension essentielle de l'information du service public

Sommaire

1.2.2. Focus sur l'offre numérique

Le numérique constitue un axe fort du développement de France Télévisions. Ainsi le groupe a-t-il développé ces dernières années une offre de services en ligne qui prolongent, complètent et enrichissent son offre de programmes audiovisuels.

Considérée comme un acteur audiovisuel incontournable de l'univers

numérique, France Télévisions développe, sur le numérique, une stratégie qui repose sur plusieurs axes structurants :

– une plateforme vidéo, disponible sur tous les supports numériques ;

– des services thématiques (information, sport, culture, éducation, jeunesse) permettant un accès aux contenus au-delà des chaînes, en lien direct avec la mission de service public de France Télévisions ;

– des expériences plus riches et engageantes en mobilité et sur les réseaux sociaux ;

– la poursuite de l'innovation.

Ces offres numériques de France Télévisions sont notamment déployées sur les environnements propres à France Télévisions (plateforme vidéo, applications mobiles, etc.) et peuvent l'être également sur les plateformes externes (réseaux sociaux et plateformes de vidéos).

1.2.3. L'expression des formations politiques, organisations syndicales et professionnelles

France Télévisions est un lieu privilégié de la vie démocratique.

Elle diffuse les émissions relatives aux consultations électorales pour lesquelles une campagne officielle est prévue par les textes législatifs et réglementaires en vigueur, en respectant les règles définies par le Conseil supérieur de l'audiovisuel. La société produit ces émissions selon des modalités arrêtées par le CSA. L'État rembourse à la société les frais de production et de diffusion occasionnés par ces émissions.

Sommaire

France Télévisions assure à tout moment la réalisation et la programmation des déclarations et des communications du gouvernement à sa demande, sans limitation de durée et à titre gratuit[7].

France Télévisions diffuse des émissions régulières consacrées à l'expression directe des formations politiques représentées par un groupe dans

[7] Loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, article 54.

l'une ou l'autre des assemblées du Parlement, des organisations syndicales et professionnelles représentatives à l'échelle nationale d'employeurs et de salariés, dans le respect des modalités définies par le CSA. Le coût financier de ces émissions est à sa charge, dans les limites d'un plafond fixé par son conseil d'administration[8].

Au-delà des obligations de la loi et du cahier des charges, France Télévisions propose une grande variété de magazines et d'émissions spéciales, dont le but est de permettre aux téléspectateurs de mieux exercer leur responsabilité de citoyens en disposant de l'information la plus complète sur les enjeux, les formations, les idées, les femmes et les hommes qui les représentent, dans le cadre de la réglementation du pluralisme politique telle que mise en œuvre par le Conseil supérieur de l'audiovisuel.

1.4. L'écoute des téléspectateurs

La télévision publique entretient une relation particulière avec ses téléspectateurs qui souhaitent être entendus, donner leur avis et nouer des liens de confiance avec « leur » télévision, mais aussi les services de radio et plateformes numériques éditées par « la télévision publique ». France Télévisions est à l'écoute de son public et adapte son offre de contenus pour mieux anticiper les attentes de ses téléspectateurs et les accompagner au quotidien.

1.4.1. La Médiation de l'information et des programmes

Sommaire

France Télévisions s'est dotée d'une Médiation de l'information et des programmes pour offrir aux téléspectateurs la possibilité de se référer à une instance impartiale. Jouant le rôle d'intermédiaire entre le public et les antennes, la Médiation de l'information et des programmes contribue à établir une relation de qualité avec les téléspectateurs.

[8] Cahier des charges de France Télévisions, articles 46 et 49. En Outre-mer, la représentativité des groupements professionnels d'employeurs et de salariés est appréciée par le représentant de l'État dans la collectivité, notamment à partir des critères suivants : les effectifs, l'indépendance, les cotisations, l'expérience.

1. Le téléspectateur au centre de la télévision publique

1.4.1.1. Indépendance de la Médiation de l'information et des programmes

La Médiation de l'information et des programmes est indépendante de toute hiérarchie et n'exerce aucune décision éditoriale. Elle n'intervient jamais dans le choix, la préparation ou l'élaboration des contenus. Son statut garantit l'indépendance nécessaire à l'exercice de ses missions.

1.4.1.2. Missions de la Médiation de l'information et des programmes

La Médiation de l'information et des programmes assure l'interface entre le public et les différentes antennes, par saisine directe des téléspectateurs. Elle n'intervient jamais a priori mais a posteriori, lorsqu'elle est saisie, par écrit, après diffusion. Elle ne donne pas suite aux courriers ou aux messages électroniques anonymes.

Par ailleurs, les services de relations avec les téléspectateurs l'informent de toutes les remarques, observations, suggestions, ou réclamations éventuelles de téléspectateurs.

La Médiation de l'information et des programmes examine toutes les requêtes et décide d'y donner suite ou non. Elle communique son avis aux parties concernées et décide, s'il y a lieu, de le rendre public. Quand elle l'estime utile, et par les moyens d'intervention appropriés, elle explique aux téléspectateurs les choix de la Rédaction et des unités de programmes et les difficultés rencontrées.

Sommaire

La Médiation de l'information et des programmes peut également être saisie par la présidence de France Télévisions, les directeurs de l'information ou des programmes. Elle doit saisir, parallèlement à ses démarches, la direction juridique des dossiers pouvant entraîner des procédures judiciaires.

Enfin, elle peut mener une réflexion sur un certain nombre de thèmes récurrents en y associant les responsables des programmes, les directeurs de l'information et les intervenants extérieurs qu'elle juge compétents sur le sujet. Cette réflexion, validée par les directions concernées, peut conduire à l'élaboration de règles de bonne conduite sur un thème particulier.

1.4.1.3. Moyens d'intervention de la Médiation de l'information et des programmes

Lorsque la Médiation de l'information et des programmes est saisie, elle se met en rapport avec les responsables de la Rédaction ou du programme en question. Elle entend toutes les parties concernées et ne forme son opinion qu'au terme de ces consultations. Elle a accès aux éléments nécessaires pour instruire le dossier et peut consulter, en interne comme en externe, toutes les personnes dont le point de vue peut éclairer sa décision. En accord avec les antennes, elle peut être amenée à intervenir dans les émissions.

Par ailleurs, la Médiation de l'information et des programmes peut être responsables d'une émission régulière, au sein de laquelle elle peut donner la parole aux différentes parties concernées. Outre ses interventions sur les antennes, elle peut faire connaître son action sur le site internet du groupe.

En interne, la Médiation de l'information et des programmes fait une synthèse régulière des observations des téléspectateurs à l'intention des personnels de l'entreprise. Elle rend également compte de son activité par un bilan annuel et public.

1.4.2. Relations avec les téléspectateurs

Chaque année, les téléspectateurs sont très nombreux à s'adresser directement aux chaînes publiques. Ils demandent des renseignements, ils expriment leurs doléances ou leur satisfaction. France Télévisions améliore en permanence son dispositif d'écoute de son public afin qu'aucune demande ne reste sans réponse. Les services de relations avec les téléspectateurs de chaque antenne, avec l'appui d'un centre de contacts externe et sur la base des éléments fournis par les équipes de la rédaction et des contenus, traitent l'ensemble des contacts.

Sommaire

Des synthèses des demandes et des opinions du public sont réalisées périodiquement pour les responsables des programmes et la Médiation de l'information et des programmes.

Par ailleurs, des rencontres avec des groupes de téléspectateurs sont

1. Le téléspectateur au centre de la télévision publique

régulièrement conduites au niveau national et régional. Les interventions les plus significatives des personnes participant à ces réunions peuvent fournir l'ossature d'émissions de médiation régionale, notamment. L'essentiel est d'ouvrir un dialogue direct et nourri entre le public et les personnels de France Télévisions.

Enfin, soucieuse de mettre en œuvre un échange de long terme avec les téléspectateurs, France Télévisions a installé depuis 2009 un Conseil consultatif des programmes, instance renouvelée tous les ans composée d'une trentaine de téléspectateurs sélectionnés selon des critères fondés sur la représentativité des téléspectateurs français dans toute leur diversité (sociale, professionnelle, ethnique, d›âge, de sexe...). Sa mission consiste à émettre des avis et des recommandations sur des problématiques en lien avec l'audiovisuel public. Tout au long de l'année, les conseillers participent à plusieurs sessions de travail encadrées par la Direction des études et la Direction de la communication externe de France Télévisions mais également par de nombreux intervenants extérieurs hautement qualifiés. À l'issue de ses travaux, le Conseil consultatif remet aux commissions chargées des affaires culturelles et des finances du Parlement un rapport comprenant un bilan de ses échanges et une série de propositions.

1.5. Les horaires de diffusion

France Télévisions fixe les horaires de commencement de ses programmes en accord avec le Conseil supérieur de l'audiovisuel. Elle fait connaître ses programmes deux semaines avant leur diffusion et ne peut les modifier, dans ce délai, sauf circonstances particulières le justifiant.

Sommaire

La structure de la grille de franceinfo est rendue publique dès qu'elle est déterminée, sauf en cas de survenance d'un événement exceptionnel et majeur lié à l'actualité.

1.6. L'apposition d'une signalétique appropriée

Conscient de l'impact que les médias peuvent avoir sur les plus jeunes, France Télévisions porte une attention toute particulière à la protection du jeune public. La Direction de la réglementation, de la déontologie et

du pluralisme des antennes est saisie pour évaluer la nécessité, ou non, d'apposer une signalétique adaptée (*programme tous publics, déconseillé aux moins de 10 ans, etc.*), sur l'ensemble des programmes, linéaires et délinéarisés de France Télévisions, dans le respect de la réglementation relative à la classification des programmes.

Les collaborateurs de France Télévisions habilités à prendre une décision de classification sont régulièrement formés auprès des spécialistes de la psychologie et de la petite enfance.

1.7. La qualité technique

L'amélioration technique du signal émis par les antennes de France Télévisions repose sur la qualité de la production et de la post-production, les performances du support retenu et de l'équipement exploité. La recherche permanente de la qualité prend également en compte les incidents de diffusion : interruptions, non-décrochage régional ou local, problèmes de transmission ou d'exploitation, etc. Le téléspectateur a le droit légitime d'être informé de l'incident et de son origine, des mesures prises pour empêcher qu'il ne se reproduise. Cela implique de prendre en amont les mesures nécessaires de sécurisation, d'établir en aval les conditions nécessaires pour en réduire le risque statistique. En cas d'incident, un rapport écrit est systématiquement communiqué aux responsables concernés, en vertu de l'exigence de respect de l'antenne.

1.8. La formation

Sommaire

Des actions de formation comportant par principe des séquences de visionnage critique sur le travail effectué pour l'antenne et s'adressant à l'ensemble des personnels impliqués (réalisateurs, producteurs, animateurs, journalistes, mais également monteurs, techniciens de l'antenne, administrateurs, programmateurs, etc.) sont mises en œuvre par France Télévisions.

Par ailleurs, la connaissance des règles de déontologie propres à France Télévisions intervient également de façon explicite dans les dispositifs de

1. Le téléspectateur au centre de la télévision publique

sélection et d'évaluation permanente mis en place par la société, lors des recrutements, des affectations et des promotions.

Des journées de formation sont consacrées à l'application de la présente Charte, du cahier des missions et des charges, ou encore à la déontologie professionnelle et à la réglementation de l'antenne.

Sommaire

2 • Le respect de la personne et de sa dignité

C'est un principe central du cahier des charges de France Télévisions : la télévision publique « veille au respect de la personne humaine et de sa dignité. (...) Elle contribue, à travers ses programmes et son traitement de l'information et des problèmes de société, à la lutte contre les discriminations et les exclusions de toutes sortes [9] ». À cette fin, France Télévisions veille à diffuser des débats, documentaires, fictions ou encore des campagnes de sensibilisation contre les discriminations et les exclusions.

Les journalistes, présentateurs, animateurs, réalisateurs et producteurs, ainsi que tous les personnels contribuant à la fabrication des émissions de France Télévisions doivent :

– s'interdire de porter atteinte à la dignité de la personne, à son droit à l'image en France comme à l'étranger ;

– ne pas nuire à la réputation, à la considération et à l'honneur d'autrui à moins de détenir, préalablement à la diffusion, la preuve des faits allégués et/ou de respecter les éléments constitutifs de la bonne foi telle que définie par les tribunaux (cf. article 2.5. « Diffamation », ci-après) ;

– s'assurer qu'une tragédie personnelle est annoncée à la famille avant d'être diffusée à l'antenne.

Ces précautions s'appliquent à tous les messages diffusés à l'antenne et aux forums des sites internet des émissions.

Sommaire

2.1. Respect de la vie privée

Le respect de la personne humaine implique le respect de sa vie privée. L'article 9 du Code civil prévoit ainsi que « chacun a droit au respect de sa vie privée ». La sphère de la vie privée concerne notamment l'identité, le domicile, la santé, les convictions religieuses, la vie familiale, la vie sentimentale, les loisirs et le patrimoine.

La jurisprudence admet que des informations peuvent cesser de relever

[9] Cahier des charges France Télévisions, article 36

de la vie privée dans certains cas. Le critère retenu est celui de la pertinence de l'information par rapport au débat d'intérêt général.

Le principe du respect de la vie privée vaut aussi pour les personnes publiques, lorsqu'elles sont représentées dans leur vie privée et non dans leur activité professionnelle et publique. Toutefois, révéler leur état de santé peut relever de l'intérêt général du public lorsque leurs maladies peuvent nuire à l'accomplissement de tâches publiques importantes.

La tolérance passée et manifestée par une personne sur des éléments de sa vie privée ne constitue pas une autorisation implicite de les rediffuser.

Les journalistes, présentateurs, animateurs, auteurs doivent pouvoir faire valoir que la divulgation de documents confidentiels ou d'éléments de la vie privée est rendue nécessaire en considération de l'intérêt général.

2.2. Lieu privé, lieu public

Le Code pénal réprime le fait, au moyen d'un procédé quelconque, de porter volontairement atteinte à l'intimité de la vie privée d'autrui :

1° En captant, enregistrant ou transmettant, sans le consentement de leur auteur, des paroles prononcées à titre privé ou confidentiel ;

Sommaire

2° En fixant, enregistrant ou transmettant, sans le consentement de celle-ci, l'image d'une personne se trouvant dans un lieu privé [10].

Il existe toutefois une présomption de consentement lorsque l'enregistrement et la captation sont faits au vu et au su des intéressés, sans qu'ils ne s'y soient opposés et alors qu'ils étaient en mesure de le faire.

La jurisprudence autorise par ailleurs la diffusion des images filmées en caméra cachée sous certaines conditions (nécessités de l'information du public, impossibilité de recueillir l'information par un autre moyen, avoir réalisé un travail d'enquête préliminaire, démontrer la tentative d'interview pré-

[10] Code pénal, articles 226-1 et 226-2

alable, se présenter comme journaliste, sauf en cas d'infiltration, informer le public du recours à la caméra cachée, respect de la dignité de la personne).

La diffusion des images de personnes prises dans les lieux publics (accès non restreint) est autorisée à la condition de ne pas isoler un individu et de ne pas le filmer dans une situation relevant de la vie privée ou attentatoire à sa dignité.

France Télévisions s'interdit de faire pénétrer sans autorisation des caméras dans un lieu privé (par exemple, au domicile d'un particulier) ou en un lieu requérant le respect de la vie privée, si les nécessités de l'information du public n'étaient satisfaites par pareille intrusion.

2.3. Droit à l'image

2.3.1. Autorisations

Toute personne majeure a, sur son image et sur l'utilisation qui en est faite, un droit exclusif et peut s'opposer à sa captation et à sa diffusion sans autorisation.

Cette autorisation doit être expresse et spéciale (objet, support et durée de diffusion) et doit être donnée par le titulaire de l'image.

Cependant, il est admis par les tribunaux que, au titre du droit à l'information, il n'est pas nécessaire de recueillir cette autorisation auprès des personnes impliquées dans un événement d'actualité, sous réserve de respecter leur dignité.

Sommaire

L'atteinte au droit à l'image peut aussi résulter d'un détournement ou d'une dénaturation de la finalité de l'image. Celle-ci ne doit pas être utilisée de façon détournée et/ou avec un commentaire inadéquat ou erroné.

Lorsqu'une personne majeure accepte de répondre aux questions d'une équipe de France Télévisions clairement identifiée ou tournant pour le compte de France Télévisions, on peut considérer qu'elle accepte implicitement la diffusion de son interview.

2 • Le respect de la personne et de sa dignité

Il est recommandé toutefois de conserver les rushes permettant d'attester de l'acquiescement d'une personne à une interview.

La rétractation n'est possible qu'en cas de motif légitime et sérieux.

Cas particuliers d'autorisations de captation et de diffusion à recueillir :

- pour un mineur (cf. 2.3.2) ;

- pour un majeur sous tutelle : l'autorisation du tuteur doit être obtenue ;

- pour un détenu : le consentement écrit du détenu et l'accord de l'administration pénitentiaire (article 41 de la loi pénitentiaire) doivent être demandés ;

- pour un prévenu (détenu en attente de jugement) : l'autorisation de l'autorité judiciaire doit être obtenue ;

- pour une personne menottée ou entravée : l'autorisation de cette personne doit être donnée ;

- pour une victime d'agression ou d'atteinte sexuelle : l'autorisation de la victime doit être obtenue pour diffuser son image et son identité.

2.3.2. L'image et les témoignages de mineurs

Sommaire

La loi prévoit qu'un mineur ne peut être filmé et/ou interviewé qu'avec l'accord écrit de ses deux parents [11] ou des personnes exerçant l'autorité parentale. Dans certains cas d'événements d'actualité (rentrée scolaire, manifestations lycéennes ou étudiantes, par exemple), l'autorisation ne sera pas requise. Toutefois, les mineurs ne doivent pas être individualisés et interviewés (excepté les leaders d'une manifestation).

Des précautions particulières doivent être prises chaque fois que des mineurs placés en situation psychologique ou physique difficile interviennent à l'antenne. Il s'agit en particulier des enfants pour lesquels la diffusion de leur

[11] Code civil, article 372-2, qui requiert l'autorisation des deux parents sauf pour les « actes usuels », et « Charte relative à la participation des mineurs dans les émissions de télévision » résultant de la délibération du CSA du 17 avril 2007

témoignage est susceptible de créer des difficultés avec leur entourage ou dont le témoignage aborde des thèmes dont la révélation publique peut nuire au mineur ou présenter des risques. France Télévisions « s'abstient de solliciter le témoignage de mineurs placés dans des conditions difficiles dans leur vie privée lorsqu'il existe un risque de stigmatisation après la diffusion de l'émission, à moins d'assurer une protection totale de leur identité par un procédé technique approprié et de recueillir l'assentiment du mineur ainsi que le consentement des titulaires de l'autorité parentale [12] ».

2.3.3. Mineurs délinquants

Ne peuvent en aucun cas être dévoilées l'identité et la personnalité d'un mineur délinquant, même avec l'autorisation des parents. Il est nécessaire de supprimer tout élément d'identification (notamment l'identification des parents, du lieu). Ce principe s'applique même si le mineur est devenu majeur depuis les faits.

Cas des mineurs de l'article 39 bis de la loi sur la presse

S'agissant des mineurs en fugue ou abandonnés, séquestrés, suicidés, victimes d'une infraction ou délaissés, la diffusion d'informations relatives à leur identité ou permettant leur identification est interdite, sauf en cas de publication réalisée à la demande des personnes ayant la garde du mineur ou des autorités administratives ou judiciaires ou si le mineur victime d'infraction est décédé. Si le mineur est retrouvé vivant après une fugue ou un enlèvement, son identité devra être par la suite masquée, même s'il a fait l'objet d'un avis de recherche.

Sommaire

2.4. Respect de la souffrance

Un respect de principe est dû par les journalistes ou les animateurs à l'égard des personnes présentées dans un reportage, au sein d'une émission ou de tout autre contenu, qui sont exposées dans leur douleur liée à leur statut de victimes d'infraction, d'accidents de tous ordres (décès de proches, personnes disparues, familles d'otages, etc.).

[12] Cahier des charges de France Télévisions, article 36

2 • Le respect de la personne et de sa dignité

Lorsqu'elles traitent de situations douloureuses et invitent des personnes dont la souffrance est le thème de l'émission, France Télévisions veille au respect de ces personnes et s'interdit une présentation complaisante ou indiscrète de leur désarroi. Elle agit ainsi avec les personnes en difficulté personnelle, physique, psychologique, sociale ou économique.

Les personnes malades ne doivent pas être identifiables, sauf si elles ont donné leur accord exprès pour apparaître à l'antenne.

Lorsque les nécessités de l'information imposent l'utilisation de l'image de personnes décédées, toute complaisance dans le traitement du sujet doit être proscrite dans un souci de respect de la dignité humaine et de la douleur des proches. Il est nécessaire de s'assurer qu'une tragédie personnelle est annoncée à la famille avant d'être diffusée à l'antenne. Lorsque les images sont susceptibles de heurter la sensibilité du public, les moyens nécessaires pour que les personnes décédées ne soient pas identifiables seront mis en œuvre.

2.5. Diffamation et injure

Les nécessités de l'information du public impliquent parfois la mise en cause de personnes.

2.5.1. Diffamation

Sommaire

La diffamation consiste en l'« allégation ou imputation d'un fait qui porte atteinte à l'honneur ou à la considération de la personne ou du corps auquel le fait est imputé [13] ».

Bien que les équipes de France Télévisions s'attachent à dénoncer des faits et non des personnes, le devoir d'informer et l'intérêt général du public peuvent susciter des réactions des personnes mises en cause.

Dans cette hypothèse, France Télévisions doit être capable :

– soit d'apporter la preuve de la véracité des faits allégués ;

[13] Loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse, article 29

– soit de prouver sa bonne foi, ce qui exige, dans l'acception jurisprudentielle de l'expression, le fait de respecter les quatre éléments cumulatifs suivants :

● le but légitime d'information poursuivi par France Télévisions ;

● l'enquête sérieuse : le journaliste ou l'auteur doit avoir obtenu personnellement les éléments d'information par des sources sérieuses, recoupées et vérifiées. Plus les éléments mettant en cause la personne sont précis et chiffrés, plus celui-ci doit disposer de documents crédibles et pertinents. Par ailleurs, le journaliste ou l'auteur devra démontrer qu'il a contacté la personne diffamée pour lui donner la possibilité d'exprimer son point de vue. S'il n'a pas réussi à le contacter, il devra le préciser et évoquer sa position, si elle avait déjà été donnée publiquement ;

● la prudence dans les propos (ne pas aller au-delà des éléments détenus, usage du conditionnel, et surtout bien replacer les propos dans la bouche des personnes qui les ont prononcés sans les reprendre à son compte) ;

● l'absence d'animosité personnelle.

La jurisprudence a ajouté deux critères à la bonne foi :

- Le caractère d'intérêt général du sujet ;

- Une base factuelle suffisante : les propos tenus doivent être étayés par suffisamment d'éléments recueillis par le journaliste.

Sommaire

2.5.2. L'injure

« Toute expression outrageante, termes de mépris ou invective qui ne renferme l'imputation d'aucun fait est une injure [14]. »

France Télévisions veille à ne pas diffuser des propos injurieux à l'égard d'autrui.

[14] Loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse, article 29 alinéa 2

2 • Le respect de la personne et de sa dignité

2.6. Droit de réponse

2.6.1. En matière audiovisuelle

« Toute personne physique ou morale dispose d'un droit de réponse dans le cas où des imputations susceptibles de porter atteinte à son honneur ou à sa réputation auraient été diffusées dans le cadre d'une activité de communication audiovisuelle [15]. »

La demande doit être présentée dans les délais imposés et les conditions de forme fixées par la loi, et en cas de refus ou de silence gardé sur la demande pendant 8 jours, les tribunaux peuvent être saisis.

2.6.2. Sur Internet

Selon l'article 6.IV de la loi du 21 juin 2004, « Toute personne nommée ou désignée dans un service de communication au public en ligne dispose d'un droit de réponse, sans préjudice des demandes de correction ou de suppression du message qu'elle peut adresser au service. »

La demande doit être présentée dans les délais imposés et les conditions de forme fixées par la loi, et en cas de refus ou de silence gardé sur la demande pendant 3 jours, les tribunaux peuvent être saisis.

Sommaire

2.7. Respect des différences

France Télévisions refuse toute complaisance à l'égard des propos risquant d'exposer une personne ou un groupe de personnes à la haine ou au mépris, notamment pour des motifs fondés sur la religion, les mœurs, l'origine ethnique, la nation, le sexe, le handicap, etc.

Une vigilance particulière s'exerce lors des débats ou dans les émissions au cours desquelles des invités ou des téléspectateurs peuvent avoir accès à l'antenne. Si la règle ne peut s'appliquer de la façon la plus rigoureuse

[15] Loi du 29 juillet 1982 et décret 87-246 du 06/04/1987, article 6

dans le cas de propos exprimés en direct, le journaliste ou l'animateur doit conserver la maîtrise de l'antenne et réagir de manière éventuellement critique aux propos d'un téléspectateur, d'un auditeur, voire d'un invité. Si des propos contenant des provocations à la haine raciale sont prononcés dans une émission, il y a pour les présentateurs, journalistes ou animateurs une obligation d'y mettre fin ou, au minimum, de rappeler leur illégalité et de s'en dissocier clairement.

Sur les sites internet de France Télévisions, une modération est exercée dans les espaces d'échanges et les contenus générant interactions et discussions afin de veiller à l'animation des débats et au respect des règles en vigueur.

2.8. Violence

La violence est souvent présente dans l'actualité, et France Télévisions se doit d'en informer le public tout en conciliant le respect des téléspectateurs et l'obligation de rendre compte fidèlement de la réalité.

France Télévisions s'abstient de montrer, notamment dans les journaux télévisés, de la complaisance pour la violence [16].

Elle se refuse à toute valorisation de la violence, sous quelque forme que ce soit : torture, sexisme, racisme, atteinte à la dignité humaine, etc.

Une image violente n'est diffusée que si elle comporte une information indispensable à la compréhension de l'événement. Les conditions de tournage doivent être expliquées et sa diffusion doit être contextualisée.

Sommaire

France Télévisions s'efforce, dans les images de conflits de toute nature qu'elle décide de diffuser, de les traiter avec rigueur et de ne pas les présenter dans des conditions tendant à attiser les tensions ou les antagonismes au sein de la population.

[16] Cahier des charges de France Télévisions, article 36

2 • Le respect de la personne et de sa dignité

2.9. Avertissements

Le public doit être préalablement et clairement averti « lorsque des sons et/ou des images difficilement soutenables » sont diffusés, notamment dans les journaux télévisés [17]. Le présentateur, commentateur ou journaliste prévient explicitement les téléspectateurs de la nature des images avant leur diffusion afin de protéger les personnes les plus vulnérables.

En cas d'événement dramatique justifiant une prise d'antenne exceptionnelle, des précautions particulières sont prises en fonction de l'horaire et du jour, pour tenir compte de la présence des jeunes téléspectateurs devant l'écran.

2.10. Prisonniers de guerre

La convention de Genève prévoit que les prisonniers de guerre doivent être traités, en tout temps, avec humanité et être protégés notamment contre les actes de violence, les insultes et la curiosité publique. Ils ont droit au respect de leur personnalité et de leur honneur et conservent leur pleine capacité civile[18].

Lorsque la diffusion d'images de prisonniers de guerre ressortit de la nécessité d'informer, elle doit se faire dans le respect de la dignité des prisonniers et de la sensibilité de leur famille.

Sommaire

2.11. L'image de la diversité

L'audiovisuel public est porteur des valeurs de la République et se doit d'être exemplaire. France Télévisions mène une politique active et volontariste en matière de responsabilité sociétale et environnementale.

France Télévisions veille à ce que son offre de programmes et d'information témoigne de la richesse et de la diversité des cultures, notamment ultramarines, constitutives de la société française, à travers tous ceux qui y interviennent : journalistes, animateurs, comédiens, invités et experts.

[17] Recommandation du CSA du 20 novembre 2013 relative au traitement des conflits internationaux, des guerres civiles et des actes terroristes
[18] Convention de Genève relative au traitement des prisonniers de guerre, 1949, article 13

3. Le pluralisme

France Télévisions assure le pluralisme de l'information et l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion dans l'ensemble des contenus des services qu'elle édite, dans le respect de la réglementation et des principes déontologiques en vigueur. Ce pluralisme est assuré dans un cadre d'indépendance absolue, sans que ni des intérêts privés ni les pouvoirs publics ne puissent y porter atteinte.

France Télévisions traite avec équité et dignité les personnes, les institutions et les événements. Les présentateurs, animateurs, journalistes ou collaborateurs d'antenne appelés à intervenir dans les émissions doivent respecter le principe du traitement équitable des invités ou des personnes interrogées, ainsi que des points de vue et des opinions exposés.

Cette exigence s'applique particulièrement à l'expression des courants de pensée et d'opinion politiques.

Que ce soit hors période électorale ou à l'approche des échéances électorales, France Télévisions fait vivre le débat démocratique dans le cadre de la réglementation, et notamment le principe d'équité, énoncée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel.

Sommaire

4 • L'honnêteté de l'information

L'information de France Télévisions est au service du public, quels que soient ses supports de diffusion.

Elle est de service public parce qu'elle participe, comme un des éléments majeurs, à la construction de la citoyenneté de chacun d'entre nous, quel que soit son âge et sa position sociale, en lui donnant à mieux comprendre le monde dans lequel il évolue et en lui indiquant les clés pour en être acteur.

Elle est également de service public parce qu'elle participe au renforcement du lien social en contribuant à la construction d'une histoire partagée ouverte sur la richesse et le respect de la diversité des origines, des identités, des croyances, des opinions et des cultures qui la composent.

Un contrat de confiance vient sceller cet engagement. Il rassemble les valeurs de l'information de service public.

L'information de France Télévisions est certifiée. L'exercice d'un journalisme rigoureux, honnête et respectueux de la dignité humaine tel que défini par les chartes d'éthique professionnelle conditionne cet engagement, fondamental pour la fiabilité de notre offre éditoriale.

L'information de France Télévisions est indépendante des pouvoirs économique, politique ou spirituel. L'impartialité, l'équilibre des points de vue et le souci permanent de bannir les conflits d'intérêts garantissent la mise en œuvre de cette indépendance.

Sommaire

L'information de France Télévisions est hiérarchisée et approfondie. Par ses choix et l'agencement de ses éditions, l'offre du service public se veut utile pour le citoyen.

L'information de France Télévisions est pluraliste. La prise en compte de la diversité sous toutes ses formes est un impératif du service public qui reflète toutes les composantes du pays, qu'elles soient démographiques, sociales ou politiques.

L'information de France Télévisions est accessible à toutes et à tous. Donner les clés, remettre en perspective, sont les pratiques d'une pédagogie nécessaire dans la complexité de l'actualité. La rigueur dans l'emploi de la langue française est un devoir des journalistes du service public.

L'information de France Télévisions rend des comptes au public. La Médiation de l'information et des programmes entretient ce lien constant entre les éditions et leurs téléspectateurs ou internautes. Un rapport annuel de la Direction de l'information fait le point sur l'activité éditoriale ainsi que sur le respect de notre contrat de confiance. Sa mise en ligne permet de le mettre à disposition de la collectivité. De même, des rendez-vous sur tous les supports de notre groupe permettent aussi d'exposer les conditions de réalisation de notre offre éditoriale ainsi que les débats qu'elle peut susciter.

Par ailleurs, France Télévisions prend des engagements spécifiques en matière de couverture audiovisuelle des actes de terrorisme.

Compte tenu de la nature de l'acte terroriste, France Télévisions s'engage particulièrement à ne pas diffuser d'images attentatoires à la dignité des personnes. Elle peut décider de soumettre au traitement du différé toute image d'intervention policière ou d'agressions violentes. Elle identifie systématiquement les images fixes ou animées, les sons produits par les terroristes eux-mêmes, *intuitu personae* ou via leurs organisations. Enfin, les images que France Télévisions diffuse ne peuvent être en aucun cas vectrices de propagande, d'héroïsation ou de terreur.

Enfin, dans un souci d'honnêteté, d'équité et de respect de la personne, France Télévisions apporte à l'antenne tout complément ou rectification qui lui apparaît nécessaire. Les erreurs importantes doivent être clairement et rapidement corrigées dans l'émission où elles ont été commises.

Il ne suffit pas de corriger une information erronée, mais il est nécessaire de spécifier qu'il s'agit d'une correction. En outre, faire état d'un démenti implique de vérifier si celui-ci est justifié.

Sommaire

5. Le traitement des affaires judiciaires

5.1. Les affaires judiciaires en cours

Le journaliste n'est pas tenu par le secret de l'instruction, il peut donc évoquer les affaires judiciaires en cours au titre du droit à l'information.

Dans ce contexte, il peut être amené à diffuser l'image de personnes impliquées dans une procédure judiciaire et à évoquer des éléments de leur vie privée, sous réserve qu'ils soient nécessaires à l'information, et qu'ils l'illustrent de manière pertinente, c'est-à-dire qu'ils aient un lien direct avec la procédure en cours.

Le journaliste se doit de garder une distance avec les différents protagonistes, il n'est ni un auxiliaire de police ou de justice, ni un juge, ni un procureur, ni un avocat. Il ne doit pas entraver les investigations policières et judiciaires en cours. Il doit être rigoureux et utiliser les termes du lexique judiciaire à bon escient.

Lorsqu'une procédure judiciaire en cours est évoquée à l'antenne :

– l'affaire doit être traitée avec mesure, rigueur et honnêteté (conformément à l'article 35 du cahier des charges de France Télévisions) ;

– le traitement de l'affaire ne doit pas constituer une entrave caractérisée à cette procédure ;

– le journaliste doit être dans une démarche objective en tentant de recueillir les points de vue contradictoires des différentes parties prenantes. Si une partie refuse de s'exprimer, le journaliste doit en faire état, et si elle a donné sa position par un autre moyen, il doit le préciser dans le commentaire ;

Sommaire

– les informations que le journaliste diffuse émanent de sources sérieuses et concordantes. Il doit observer de la prudence dans l'expression (emploi du conditionnel et des termes « soupçonné », « poursuivi pour ») et s'appuyer sur des éléments pertinents ;

– lorsqu'une personne a été évoquée en tant que protagoniste dans une affaire judiciaire, le journaliste doit faire état de l'aboutissement de la procédure (non-lieu, relaxe, condamnation, acquittement...).

Le traitement des affaires judiciaires en cours doit respecter les principes légaux suivants :

5.1.1. La présomption d'innocence

Le journaliste peut relater les charges pesant sur une personne mise en examen, mais sans jamais manifester de préjugé ni formuler des conclusions définitives sur sa culpabilité. L'aveu ne fait pas cesser la protection. Le respect de la présomption d'innocence s'impose jusqu'à ce qu'une décision définitive intervienne. Il est indispensable de mentionner après une condamnation, soit qu'une voie de recours a été engagée (appel, pourvoi en cassation, recours devant la Cour européenne des droits de l'homme, etc.), soit qu'elle est encore possible, lorsque le délai de prescription n'est pas expiré.

La loi impose au journaliste de ne pas publier l'image d'une personne menottée, ou faisant apparaître que celle-ci est placée en détention provisoire, sauf accord de la personne. Cette interdiction s'applique aussi si l'image laisse voir que la personne est entravée, même si on ne voit pas les menottes. Flouter les menottes constitue une violation de ce principe, il est nécessaire de resserrer le cadre pour que celles-ci ne soient pas visibles[19].

Cette précaution doit s'appliquer tant que la personne n'a pas fait l'objet d'une condamnation.

5.1.2. Le secret de l'enquête et de l'instruction

Sommaire

Bien que non tenu par le secret de l'instruction et de l'enquête, le journaliste peut se rendre coupable de recel de violation du secret de l'instruction.

Interdiction de publication : le journaliste ne peut, en aucun cas, publier des actes de procédure relatifs à un crime ou un délit tant que l'instruction n'est pas close et qu'ils n'ont pas fait l'objet d'une lecture en audience publique, sous peine d'une amende.

[19] Code civil, article 9-1 et loi du 29 juillet 1881, article 35ter

5. Le traitement des affaires judiciaires

5.1.3. Droit des victimes majeures

Le journaliste veille à ne publier aucune information, image ou renseignement sur la victime d'un viol, d'un attentat à la pudeur ou de toute autre infraction sexuelle qui permettrait son identification, à moins d'un accord écrit de celle-ci (article 39 quinquies de la loi du 29 juillet 1881). Le journaliste ne peut reproduire les circonstances d'un crime ou d'un délit si cela porte atteinte à la dignité de la victime.

5.1.4. Mineurs victimes [20]

Sauf si c'est à la demande des personnes ayant la garde du mineur ou des autorités administratives ou judiciaires (un avis de recherche, par exemple), il est interdit de diffuser des informations relatives à l'identité ou permettant l'identification :

- d'un mineur ayant quitté ses représentants légaux,

- d'un mineur délaissé,

- d'un mineur s'étant suicidé,

- d'un mineur victime d'une infraction.

Cette interdiction n'étant plus applicable lorsque le mineur est décédé, France Télévisions s'efforcera de concilier au mieux l'information du public avec le respect de la dignité du mineur décédé et de sa famille.

Sommaire

5.1.5. Mineurs délinquants [21]

Il est interdit de révéler tout élément permettant l'identification d'un mineur délinquant, même s'il est devenu majeur depuis les faits.

[20] Loi du 29 juillet 1881, article 39 bis
[21] Ordonnance du 2 février 1945, article 14

5.1.6. Traitement de la garde à vue et de la mise en examen

Conformément à la loi, lorsqu'une personne est en garde à vue, il n'est pas possible de révéler son identité et de diffuser son image, sauf pour les personnes publiques. De plus, il est nécessaire de prendre des précautions de langage et de rester prudent quant à l'implication de la personne mise en garde à vue, car un grand nombre de gardes à vue n'ont pas de suite judiciaire. Si, à l'issue de la garde à vue, la personne est mise en examen, il sera alors possible de révéler son identité et son image.

5.2. Audiences et comptes rendus des débats judiciaires [22]

Il est interdit d'enregistrer les débats judiciaires, y compris le délibéré. Cela est valable quel que soit le procédé de captation (interdiction de filmer l'écran de la salle de visioconférence pour la presse, de filmer à travers le hublot de la salle, ou de filmer alors que les portes de la salle d'audience sont restées ouvertes, etc.). Sous réserve de l'autorisation du président du tribunal ou de la cour, le journaliste peut enregistrer des images dans la salle d'audience avant les débats.

Lors des comptes rendus de débats judiciaires d'audiences publiques, le journaliste peut rapporter des propos diffamants, injurieux ou outrageants, dès lors qu'il s'agit des propos tels qu'ils ont été tenus à l'audience, qu'il les rapporte de façon fidèle et de bonne foi et qu'ils sont clairement identifiés en tant que tel.

Sommaire

En revanche, il ne pourra en aucun cas rendre compte des débats devant les tribunaux pour enfants, ni rendre compte des procès en diffamation lorsque ceux-ci sont relatifs à des imputations concernant la vie privée, ou à des infractions amnistiées.

[22] Loi du 29 juillet 1881, article 38 ter et 41 alinéa 3

5. Le traitement des affaires judiciaires

5.3. Les affaires judiciaires jugées [23]

Les équipes de France Télévisions peuvent porter un regard critique sur une décision de justice s'il est justifié et mesuré, mais s'attachent à ne pas jeter le discrédit sur une décision de justice. Elles veillent à rappeler, lorsque ces décisions ne sont pas devenues définitives, qu'un appel est en cours ou que cette possibilité subsiste.

Sommaire

[23] Code pénal, article 434-25

6. Publicité, parrainage et placement de produit

6.1. Les messages publicitaires et de parrainage

France Télévisions s'attache à ce que les messages publicitaires et de parrainage diffusés sur ses antennes soient clairement identifiés et respectent strictement la réglementation et les dispositifs d'autorégulation en vigueur. En particulier, France Télévisions ne diffuse pas de messages publicitaires qui n'aient été préalablement validés par l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP).

Par ailleurs, afin de maintenir un haut niveau de qualité et de confiance dans ses antennes, France Télévisions a pris la décision de ne pas diffuser de messages publicitaires et de parrainage en faveur de produits ou de services d'horoscope, d'astrologie, de numérologie, de voyance, de tarots, de produits ou services de prédiction.

France Télévisions se réserve de plus le droit de ne pas diffuser certains messages publicitaires, même munis d'un avis favorable de l'ARPP, dès lors qu'ils seraient susceptibles, par exemple, de heurter la sensibilité des téléspectateurs.

6.2. Le placement de produit

France Télévisions respecte strictement la réglementation relative au placement de produit.

Sommaire

7 • Éthique et indépendance des collaborateurs de France Télévisions

7.1. Principes s'appliquant à l'ensemble des personnels

7.1.1. Engager l'image de France Télévisions

Les professionnels de France Télévisions évitent toute situation qui pourrait jeter un doute sur l'impartialité ou sur l'indépendance de l'entreprise. Afin d'améliorer l'exemplarité de la télévision publique et conforter son intégrité, une charte d'éthique adressée à l'ensemble des personnels de France Télévisions a été adoptée en 2017.

7.1.2. La Charte d'éthique de l'entreprise

Ce texte précise les principes de comportement collectif et individuel à adopter pour renforcer la confiance de l'ensemble des parties prenantes dans le groupe et éviter les situations à risque pour chacun et pour l'entreprise.

La Charte d'éthique aide ainsi l'ensemble des collaborateurs à agir en conformité avec la réglementation, avec loyauté, intégrité, dans le respect des autres et en évitant tout conflit d'intérêts.

Les règles fixées concernent tous les domaines de l'activité professionnelle, allant du respect des personnes, de l'environnement, aux cadeaux et invitations qui peuvent être reçus, ou encore aux appels d'offres et aux relations avec les fournisseurs et prestataires.

Sommaire

7.1.3. Blogs et réseaux sociaux

Les personnels de France Télévisions, et notamment les journalistes, doivent avoir conscience qu'ils peuvent être perçus comme les représentants de la télévision publique.

Lorsqu'ils publient sur des sites internet ou sur des blogs, ils sont tenus au respect des règles professionnelles et déontologiques. Ils doivent être conscients que la confidentialité ne peut être absolument garantie sur les réseaux sociaux et doivent veiller à ne pas compromettre leur crédibilité ni celle de l'entreprise.

Lorsqu'ils prennent part au débat public, les collaborateurs s'expriment à

titre personnel et non en tant que représentants de France Télévisions, sauf s'ils ont reçu un mandat spécifique à cet effet.

7.1.4. Cadeaux, invitations et avantages

En aucun cas un professionnel ne saurait accepter de recevoir ni solliciter argent, cadeau, service, faveur ou autre avantage de quelque nature que ce soit risquant de mettre en doute son indépendance ou conduisant à un soupçon de conflit d'intérêts.

7.1.5. Candidatures des personnels à des élections

Comme tous les citoyens, les collaborateurs de France Télévisions peuvent participer à des activités associatives ou politiques à titre privé. Cet engagement doit s'exercer en évitant toute situation de conflit d'intérêts vis-à-vis de leurs responsabilités au sein du groupe. En remplissant les conditions d'éligibilité exigées, les collaborateurs peuvent notamment être candidats à une élection.

Comme l'indique le CSA dans sa délibération du 4 janvier 2011 : « *Jusqu'à la date d'ouverture de la campagne officielle, les collaborateurs des éditeurs qui sont candidats veillent à ce que leurs éventuelles interventions à l'antenne ou à l'écran ne puissent avoir aucune incidence de nature à porter atteinte à l'égalité des candidats devant les moyens de propagande et à la sincérité du scrutin. Ils s'abstiennent de paraître à l'antenne ou de s'exprimer sur les ondes dans l'exercice de leur fonction à compter de l'ouverture de la campagne officielle et jusqu'à la clôture du scrutin.* »

Sommaire

Des restrictions particulières peuvent toutefois être mises en œuvre par France Télévisions pour une période déterminée précédant l'ouverture de la campagne officielle afin de maintenir le principe de neutralité du service public, et de ne pas créer une situation de favoritisme par rapport aux autres candidats.

7 • Éthique et indépendance des collaborateurs de France Télévisions

7.2. Principes spécifiques aux journalistes

7.2.1. Reportages subventionnés

En règle générale, France Télévisions refuse les voyages subventionnés. Des exceptions peuvent être admises pour des raisons spécifiques, notamment les difficultés d'accès aux lieux où se déroulent des événements qui requièrent la présence de journalistes. Elles feront l'objet d'une autorisation préalable de la Direction de l'information qui pourra éventuellement décider de déroger à la règle.

La participation financière extérieure destinée à la réalisation d'un reportage doit rester exceptionnelle. Elle fera obligatoirement l'objet d'un examen de la direction et sera traitée en toute transparence.

7.2.2. Responsabilité individuelle et conflits d'intérêts

Les journalistes ne peuvent être contraints à accepter un acte professionnel ou à diffuser des informations qui seraient contraires à la réalité des faits ou à leur conviction professionnelle ; ils ont le droit de refuser de signer un article, une émission ou une partie d'émission dont la forme ou le contenu auraient été modifiés contre leur volonté [24].

En revanche, les journalistes, comme tous les collaborateurs du groupe, doivent s'assurer de ce que des intérêts croisés ne mettent pas en cause leur indépendance et leur crédibilité.

Sommaire

7.3. Engagements déontologiques en matière de contenus produits et diffusés

France Télévisions s'attache à rechercher l'exemplarité des contenus qu'elle produit et diffuse, dans le respect des textes qui régissent le domaine d'activité.

[24] Ces règles sont énoncées dans la Charte d'éthique professionnelle des journalistes, 2011

7.3.1. Publicité clandestine

Les professionnels liés aux antennes doivent veiller à éviter toute publicité clandestine, qui est interdite, dans les contenus diffusés.

Les critères de la publicité clandestine sont :

– la complaisance affichée envers un produit, un service ou une marque ;

– l'absence de pluralité dans la présentation des biens, services ou marques ;

– la fréquence de la citation et/ou de la visualisation d'un produit ou d'une marque ;

– l'indication des coordonnées (adresse, téléphone, site internet) d'un annonceur ;

– l'absence de regard critique.

Ces critères ne sont pas cumulatifs. Il n'est pas nécessaire que tous soient réunis pour emporter la qualification de « publicité clandestine », un seul d'entre eux pouvant suffire.

Une attention particulière est portée à la présentation de biens ou services auxquels les collaborateurs de France Télévisions ont participé (spectacle produit par un animateur du groupe, livre écrit par un journaliste, etc.), ainsi qu'aux produits dérivés qui sont édités ou commercialisés par les filiales de France Télévisions (jeux édités par France Télévisions Distribution, par exemple).

Sommaire

Index

A

Affaires judiciaires 34, 38
Avertissements 30

B

Blogs 40

C

Cadeaux 41
Candidatures des personnels à des élections 41
Charte d'éthique 40
Comptes rendus des débats judiciaires 37
Conflits d'intérêts 42
Conseil supérieur de l'audiovisuel 7, 12, 14, 15, 18, 31
Convention de Genève 30
Culture 10, 30

D

Débats 10, 21, 29, 33
Déontologie 8, 12, 19, 20
Diffamation 26
Différences 28
Discriminations 21
Diversité 11, 30, 32
Droit à l'image 21, 23
Droit de réponse 28
Droit des victimes 36

E

Équité 31, 33
Éthique 40

F

Formation 20
Formations politiques, organisations syndicales et professionnelles 14

G

Garde à vue 37

H

Horaires 18

I

Identité (des chaînes) 13
Impartialité 32, 40
Indépendance 12, 31, 32, 40, 42
Information 7, 8, 12, 13, 15, 16, 17, 18, 21, 23, 27, 29, 30, 31, 32, 33, 34
Information, sport, culture, ... 14
Injure 27
Internet 17, 21, 28, 29, 40, 43
Interview 23, 24

Index

J

Jeunesse 10, 11, 14
Jeux 43
Journalistes 42

M

Médiation 16
Messages publicitaires 39
Mineurs 24, 25, 36
Mise en examen 37
Missions de service public 10
Moyens 12

O

Offre de programmes 14, 30
Offre numérique 14
Opinions 7, 11, 17, 18, 31
Organisation interne 12

P

Parrainage 39
Placement de produit 39
Pluralisme 7, 8, 10, 11, 12, 15, 19, 31
Présomption d'innocence 35
Prisonniers de guerre 30
Programmes 12, 13, 16
Publicité clandestine 43

Q

Qualité 7, 10, 16
Qualité technique 19

R

Relations avec les téléspectateurs 16, 17, 18
Religions 21, 28
Reportages subventionnés 42
Réseaux sociaux 40
Respect de la personne et de sa dignité 21
Responsabilité individuelle 9, 42
Responsabilité sociétale et environnementale 11
Rôle social 10, 11

S

Secret de l'enquête et de l'instruction 35
Signalétique 19
Souffrance 25

T

Téléspectateurs 15
Terrorisme 33

V

Vie privée 8, 21, 22, 23, 25, 34, 37
Violence 29

Édité par la direction de la communication :
juillet 2020

france•tv