

**SCHWEIZER PRESSERAT
CONSEIL SUISSE DE LA PRESSE
CONSIGLIO SVIZZERO DELLA STAMPA**

Dominique von Burg, président
62 rte de Drize
1227 Carouge
dominique@von-burg.com

Rapport annuel 2016 du Conseil suisse de la presse Au Conseil de fondation selon l'art. 21 du Règlement du CSP

Le Conseil de la presse est-il assez présent dans le débat public ? Devrait-il intervenir plus rapidement dans certains cas ? Au contraire, doit-il continuer à ne s'exprimer qu'après mûre réflexion, après avoir entendu tous les avis ? D'une manière générale, sa communication n'est-elle pas encore celle d'un autre âge ? Ses prises de position ne sont-elles pas trop longues à venir ?

Ces questions ont déjà à plus d'une reprise donné lieu à des discussions internes. Mais cette fois, les membres du Conseil de la presse et du Conseil de fondation réunis à Lucerne le 24 mai ont décidé de prendre le taureau par les cornes. Après qu'un groupe de préparation ait interrogé plusieurs personnalités sur l'image qu'ils avaient du Conseil de la presse – dont il ressort globalement que son travail est apprécié mais mal communiqué – dix-sept membres du Conseil de la presse et du Conseil de fondation, accompagnés de la directrice et de son adjointe administrative, ont débattu de ces questions à Zurich le 27 octobre. Animée par Reto Schlatter – qu'il soit remercié pour sa précieuse contribution – la discussion a débouché sur la constitution de trois groupes de travail : l'un sur le rôle et l'identité du CSP, le deuxième sur son organisation, le troisième sur sa communication. Les trois groupes feront des propositions à la séance plénière du printemps prochain, voire au Conseil de fondation.

En attendant, une première mesure a été prise pour accélérer les prises de position du Conseil de la presse. Le délai pour saisir le Conseil de la presse a été ramené à trois mois après la parution du compte rendu médiatique contesté (anciennement six mois). Cette mesure est entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2017.

En ce qui concerne l'obligation morale faite aux médias de rendre compte des jugements défavorables du Conseil de la presse les concernant, ce dernier a décidé de rendre public sans attendre chaque manquement à ce devoir. Cette mesure elle aussi entre en vigueur en 2017.

I. Nombre de plaintes, d'avis et de violations

En 2016, le nombre de plaintes enregistrées a été particulièrement bas : 47 seulement, soit presque deux fois moins que la moyenne depuis l'an 2000. Ce chiffre apparaît toutefois comme erratique, dans la mesure où le rythme des plaintes enregistrées dans les premiers mois de 2017 s'est à nouveau accéléré. Le nombre de prises de position fut également relativement modeste : 51. Il faut dire que le secrétariat du Conseil a été très absorbé par d'autres tâches : recherche de fonds et préparation du séminaire évoqué ci-dessus, notamment.

Des 47 plaintes enregistrées, 3 ont été retirées. Des 51 avis émis, 33 ont été traités par la présidence, les 18 autres par les Chambres. A noter que deux avis ont été discutés en plénière avant d'être adoptés. Pour rappel, la présidence ne transmet pas aux Chambres les cas qui ne présentent aucune nouveauté par rapport aux affaires déjà jugées par le Conseil de la presse. La présidence se charge aussi, sauf exception, des plaintes sur lesquelles le CSP n'entre pas en matière. Quant aux décisions de non entrée en matière qui ne font pas l'objet d'un avis, elles ne sont répertoriées ici. Les décisions de non entrée en matière reposent en général sur un des trois critères suivants : plainte manifestement infondée ; procédure parallèle devant la justice ou l'autorité de plainte indépendante radio-TV ; non respect du délai de dépôt d'une plainte.

En 2016, 20 plaintes ont été rejetées, 18 autres acceptées (dont 10 partiellement).

II. Motifs de plainte et de violation

1. Motifs de plainte

Comme ces années passées, les trois mêmes chiffres de la Déclaration des devoirs et des droits des journalistes sont le plus souvent invoqués par les plaignants.

- Le **chiffre 3** d'abord, 24 fois, sous les aspects suivants : audition en cas de reproches graves (8) ; traitement des sources (6) ; omission d'éléments d'information (4) ; dénaturation d'une information (3) illustrations (2) ; et documents d'archive (1).

- Suit le **chiffre 1** de la Déclaration (recherche de la vérité), 19 fois.

- Puis le **chiffre 7** de la Déclaration (15 fois évoqué). A savoir, de manière plus détaillée : accusations anonymes et gratuites (6) ; non respect de la sphère privée (5) ; présomption d'innocence (2) ; identification abusive (1) ; situation de détresse (1).

Les autres chiffres invoqués par les plaignants sont dans l'ordre :

- Le **chiffre 5**, à 10 reprises. Soit obligation de rectifier (9) et lettres de lecteurs (1).

- Le **chiffre 2**, à 8 reprises. Soit : séparation des faits et des appréciations (4) : compte rendu équilibré (3) et situation de monopole (1).

- Le **chiffre 8** (6 fois invoqué). En détail : discrimination (4) ; dignité humaine (2).

- Enfin le **chiffre 4** (loyauté de la recherche) est invoqué à 4 reprises et le **chiffre 10** (séparation texte rédactionnel – publicité) à deux reprises.

2. Motifs de violation

Les violations constatées en 2016 par le Conseil de la presse se répartissent ainsi quant à leur motif :

- 8 violations du **chiffre 7** de la Déclaration (4 fois non respect de la vie privée, 3 fois identification abusive, 1 fois manque de prudence dans une affaire de mœurs).
- 5 violations du **chiffre 3**, soit : audition en cas de reproches graves (3) ; rumeur et traitement des sources (1 fois chacun).
- 4 violations du **chiffre 1** (recherche de la vérité).
- 2 violations du **chiffre 5**, soit : devoir de rectification et commentaires anonymes en ligne, une fois chacun.
- 1 violation du **chiffre 2** : séparation entre faits et appréciation.
- 1 violation du **chiffre 4** : loyauté dans la recherche.
- 1 violation du **chiffre 8** : discrimination.
- 1 violation du **chiffre 10** : séparation entre partie rédactionnelle et publicité.

III. Sélection de quelques avis significatifs

Dans trois prises de position concernant deux affaires qui ont défrayé la chronique, le Conseil de la presse a rappelé que les personnages publics aussi ont droit à la protection de leur vie privée et de leur intimité. Dans certaines circonstances, l'intérêt public peut prendre le pas sur ce droit. Mais cet intérêt public prépondérant ne saurait être confondu avec la curiosité du public et des médias.

Une femme politique a droit à la protection de sa vie intime – encore plus si elle est victime

Le 24 décembre 2014, le «Blick» titre à sa Une : «Scandale sexuel autour d'un politicien UDC» et, en gros caractères : «L'a-t-il déshonorée?» Le quotidien publie les noms complets ainsi que des portraits des deux protagonistes présumés. Cette affaire fera grand bruit. Mais au moment où le journal publie cet article, il ne se base que sur des rumeurs. Or non seulement l'identification ne se justifie pas tant que les faits ne sont pas avérés, mais encore l'identité d'une victime dans une affaire de mœurs doit absolument être protégée.

Pour le quotidien, le fait qu'une coprésidente et un président de deux partis «situés aux deux extrêmes de l'éventail politique» puissent avoir eu un rapport sexuel donne à cet incident une dimension le sortant du domaine privé. Cet argument est nettement rejeté par le Conseil de la

presse. Aucun intérêt public prépondérant ne pouvait justifier que le journal viole la sphère intime de la parlementaire. (9/2016)

Colporter des rumeurs entache durablement une réputation

L'homme politique mis en cause dans la même affaire a également saisi le Conseil de la presse. Le Conseil estime que le journal pouvait rapporter que le dit président d'un parti cantonal était soupçonné d'avoir commis une infraction à caractère sexuel et provisoirement détenu pour ce motif. Mais si cette information était d'intérêt public, l'homme politique aurait dû être entendu sur les reproches graves qui lui étaient faits. Qu'il ait passé la nuit en prison n'est pas une raison suffisante pour renoncer à une audition. Fait aggravant, les questions prétendument en suspens («Hat er sie geschändet?») insinuent bien davantage que ne le permet la présomption d'innocence. Le passage du compte rendu de faits au colportage de rumeurs éveille des soupçons propres à entacher durablement la réputation d'une personne au mépris de la présomption d'innocence. (10/2016)

Histoire de selfies

Sous le titre «Selfies nus de l'Hôtel de ville», la «Schweiz am Sonntag» rend compte, du «chat» privé en ligne entre un politicien connu et une jeune femme. Le magistrat aurait conduit ces «chats» à caractère sexuel à son lieu de travail. Le journal fait en outre état d'une intervention policière ayant mené à l'arrestation temporaire de la jeune femme. Selon des sources fiables, dit le journal, c'est l'homme politique concerné qui aurait alerté la police. Pour le Conseil de la presse, la sphère privée des personnages publics est en principe protégée, pour autant que leur fonction publique ne soit pas directement concernée. Et quand c'est même la sphère intime qui est touchée, un intérêt public prépondérant ne peut dans la règle pas être donné. Le Conseil précise encore que tout ce qui se déroule dans des lieux officiels n'est pas forcément d'intérêt public. Le contenu d'un «chat» intime ressortit de la sphère intime, et il n'appartient pas aux médias d'en rendre compte. En revanche, il ne fait pas de doute que les questions relatives à un abus d'autorité qui aurait mené à une intervention policière peuvent et doivent être posées. Mais cela uniquement si de tels reproches peuvent être étayés, ce que la «Schweiz am Sonntag» n'a pas été en mesure de faire. (23/2016)

Une recherche loyale implique qu'on dévoile le but de l'enquête

«Non sens social ; une famille coûte 60'000.- par mois.» Sous ce titre, «SonntagsBlick» détaille les dépenses occasionnées à une petite commune du canton de Zurich par une famille de réfugiés érythréens de neuf personnes, dépenses qui mèneraient la commune au bord de la ruine. La journaliste a puisé ses informations notamment auprès de la mère de famille. Mais selon l'organisation SolidHelp, qui saisit le Conseil de la presse, la journaliste aurait approché la mère de famille en prétendant vouloir l'aider à récupérer ses enfants placés dans un foyer – comme en attestent plusieurs courriels.

Le Conseil de la presse rappelle qu'une journaliste doit se faire connaître comme telle (ce qui a été fait) mais qu'elle doit aussi clairement indiquer quel est l'objectif de l'enquête. Et sur ce dernier point, la mère de famille a visiblement été trompée. Cela d'autant plus que la mère de famille connaît mal l'allemand et n'a pas d'expérience des médias. (20/2016)

Photo témoin d'un attentat terroriste

Le 22 mars 2016, «Blick am Abend» publie plusieurs photos des attentats terroristes commis le matin même à Bruxelles. Parmi elles, la photo d'une femme assise portant une veste jaune, légèrement blessée et facilement identifiable, le haut du corps à moitié dévêtu.

Le Conseil de la presse souligne qu'il est important que les journalistes puissent rendre compte des actes terroristes et aussi publier des images témoin. A ses yeux, c'est là l'essence même du photoreportage. La photographe montre au public la tragédie humaine que constitue un acte terroriste. Même si la femme sur la photo est clairement identifiable – comme l'autre femme figurant d'ailleurs sur l'image –, le Conseil de la presse ne considère pas que sa sphère privée est violée. Car l'intérêt public à la publication prime clairement la sphère privée de la personne photographiée. De plus, cette femme n'est pas montrée dans une situation indigne, sa dignité est préservée. (35/2016)

« Saucissonnage » des informations en ligne

Le «Tages-Anzeiger» et le «Bund», abordent le cas d'une patiente atteinte d'un mal rare, et tributaire d'un des médicaments les plus chers de Suisse. Cette femme ayant une forte surcharge pondérale et le médicament étant dosé en fonction du poids, sa caisse-maladie lui demande, alors qu'elle avait déjà suivi une cure d'amaigrissement, de perdre à nouveau six kilos. Plus tard, «Tages-Anzeiger Online» publie en complément l'avis d'une conseillère nationale qui accuse l'assurance d'être coutumière de telles pressions. La prise de position de la Concordia n'est rajoutée, sans autre commentaire, que le lendemain.

Le Conseil de la presse donne raison aux journaux concernant l'enquête parue dans les journaux. Mais il prononce un blâme à l'encontre du «Tages-Anzeiger Online». Le site aurait dû confronter l'assureur avec le reproche qui lui était fait avant de le publier.

Ce faisant, le Conseil de la presse rend attentif les médias en ligne que le «saucissonnage» des informations – soit le fait de les compléter au fur et à mesure – ne les dispense pas de respecter les règles déontologiques. (37/2016)

«Marketing de contenu»

Comme le précise le point 10.2 des directives relatives à la «Déclaration», «des contributions rédactionnelles à titre de contrepartie d'une annonce ou d'une émission publicitaire ne sont pas admissibles». En cause, la pratique de la société Mediaplanet, qui contacte le Parti Socialiste Suisse (PSS) pour lui proposer de rédiger un article sur un sujet de son choix dans l'encartage «Tabou» destiné au quotidien «Le Matin». Cette offre est assortie d'une proposition d'insertion publicitaire payante «qui permettra aux lecteurs de clairement vous identifier et de mettre l'accent sur votre identité visuelle». Mediaplanet produit du «marketing de contenus» selon ses propres termes, qui mélange articles, publiereportages et publicités souvent liées aux articles. Après discussion, le Conseil de la presse décide d'entrer en matière car le fond et la forme du supplément peuvent tromper le lecteur sur sa vraie nature et parce qu'il est distribué via un quotidien à grande diffusion. (7/2016)

Toutes les prises de position du Conseil de la presse peuvent être consultées sur www.presserat.ch

IV. Communication

La conférence de presse annuelle Conseil de la presse a été organisée en juillet, notamment pour faire écho aux prises de position concernant la protection de la vie privée des personnalités politiques (voir plus haut).

Des membres du CSP ont rendu visite à trois rédactions au cours de l'année écoulée. Personne n'a fait usage de la possibilité offerte aux journalistes ou aux personnes proches des médias d'assister aux délibérations d'une Chambre du Conseil de la presse. Ceux qui souhaitent le faire trouveront toutes les indications utiles sur www.presserat.ch.

V. Rencontre de l'AIPCE à Stockholm

En 2016, la rencontre annuelle de l'Alliance des Conseils de presse indépendants européens a pris un relief particulier. Elle s'est en effet réunie à Stockholm, à l'occasion du 100^e anniversaire du Conseil de la presse suédois, et du 250^e anniversaire de l'institution du principe de la transparence des documents publics dans ce même pays.

Parmi les nombreuses interventions, on retiendra celle du rédacteur en chef du quotidien «Expressen». Thomas Mattson et son journal lancent régulièrement des appels aux lecteurs pour qu'ils saisissent l'organe déontologique suédois. Ils donnent en outre un maximum de publicité aux interventions de cet organe (y compris en Une et sur les affichettes). Pour eux, l'esprit critique des lecteurs doit être encouragé. Enfin, le rédacteur en chef de ce quotidien connu pour ses enquêtes d'investigation confesse que l'absence de plaintes est plutôt un signe négatif, illustrant que le journal manque d'audace et de curiosité...

A noter encore l'émergence, dans les pays scandinaves notamment, de menaces à l'encontre des journalistes.