

revue annuelle 2011

Jahrheft 2011

des Schweizer Presserates

Revue annuelle 2011

du Conseil suisse de la presse

Annuario 2011

del Consiglio svizzero della stampa

Revue annuelle 2011

du Conseil suisse de la presse

Jahrheft 2011

des Schweizer Presserates

Annuario 2011

del Consiglio svizzero della stampa

Table de matières

Editorial	3
Quelques faits marquants dans la pratique du Conseil suisse de la presse . . .	5
Rapport annuel 2010 du Conseil suisse de la presse	8
Adaptation de la directive 8.2 relative à la «Déclaration»	17
Les informations de nature privée figurant sur Internet ne peuvent être automatiquement reprises par les médias (Dominique von Burg)	18
L'Internet rend-il obsolète le «Droit à l'oubli»? (Martin Künzi)	20
Composition du Conseil suisse de la presse 2011	24

Die Stellungnahmen des Schweizer Presserates sind unter

www.presserat.ch abrufbar.

Les prises de position du Conseil suisse de la presse sont accessibles sous **www.presserat.ch**.

Le prese di posizione del Consiglio svizzero della stampa sono accessibili al sito **www.presserat.ch**.

L'information vaut toujours mieux que la rumeur

«Affaire DSK: La grande poubelle médiatique». Sous ce titre, le blogueur français Philippe Sage s'en prend violemment à l'abondante couverture médiatique qui a suivi l'arrestation, à New York, du patron du FMI et candidat probable à la présidence française Dominique Strauss-Kahn. «Vous n'étiez pas dans cette chambre 2806», écrit Philippe Sage. «Vous ne savez rien. Tout ce que l'on sait, c'est qu'il y a sept chefs d'accusation d'un côté, et de l'autre un homme qui les réfute. Point barre. Quand le verdict tombera, alors, peut-être, il sera possible d'en parler, voire d'en débattre, calmement. D'en tirer, le cas échéant, des leçons. Mais avant, c'est obscène.»

En d'autres termes, tant que la justice n'a pas tranché, la médiatisation d'une telle affaire, par son ampleur, reviendrait à violer la présomption d'innocence. Un principe fondamental du droit que les médias ignoreraient systématiquement, pour des raisons bassement commerciales. Ce point de vue, qui est loin d'être isolé, ignore le rôle pourtant fondamental que les médias sont appelés à jouer dans une société ouverte et démocratique.

Bien sûr, on ne peut nier que certains médias se soient complus de manière coupable dans une affaire qui fleurait bon le sexe et le pouvoir, sans beaucoup de considération pour les personnes impliquées. N'empêche que dans une telle affaire, l'information libre res-



te le meilleur garant d'un débat public ouvert et documenté. En effet, comment imaginer que les circonstances de l'arrestation d'un personnage public du format de DSK aient pu rester secrètes? Et si les canaux de l'information n'avaient pas fait leur travail, la rumeur seule se serait emparée de l'événement, avec son lot d'exagérations et de phantasmes. La couverture et le débat médiatiques ne sont pas sans défaut, c'est vrai. Mais ce sont eux qui font le mieux progresser la connaissance des faits, parfois en rétablissant des vérités, aux yeux de tous.

L'affaire DSK et la tempête médiatique qu'elle a déclenchée a par ailleurs permis un débat salutaire au sein du monde médiatique français. On y a quasi toujours appliqué le principe cher au «Canard enchaîné», selon lequel «l'information s'arrête toujours à la porte de la chambre à coucher». Aujourd'hui, certains proposent d'autres points de vue, comme Pierre Haski du site «Rue 89»: «Je pense qu'il ne faut pas tomber dans une inquisition de chambre à coucher, ni encourager la peopleisation croissante et négative de la vie politique. Mais la protection de la vie privée

ne doit pas servir de prétexte à cacher des pans entiers de la personnalité de politiciens qui sont candidats à diriger le pays.»

Les médias français ont caché pendant des années l'existence de la fille illégitime de Mitterrand. Ils ont jeté un voile pudique sur les infidélités pourtant notoires d'un Giscard d'Estaing ou d'un Chirac. Dans le cas de DSK, Jean Quatremer, de «Libération», avait écrit en 2007, sur son blog, que Strauss-Kahn «frôlait souvent le harcèlement». Mais personne n'a approfondi l'enquête. «Ils n'ont pas osé en parler de peur de déplaire» accuse aujourd'hui Quatremer. Edwy Plenel, fondateur du site d'information «Médiapart», donne une explication plus fondamentale: «La presse française est très en retard dans sa lucidité sur sa société à dominante masculine et blanche qui sacralise le monde du pouvoir, ses préjugés dominants et minimise les violences faites aux femmes.»

Le Conseil suisse de la presse l'a toujours affirmé, les personnages publics ont droit à la protection de leur vie privée. Mais il est de fait que les hommes politiques exposent eux-mêmes régulièrement leur vie privée pour satisfaire leurs ambitions politiques. Ils

doivent donc s'attendre que leur vie privée soit exposée également sous ses aspects moins reluisants. Il est de fait par ailleurs que le public attend de ses dirigeants une conduite sinon exemplaire, du moins en accord avec les idées qu'ils professent. Et si l'un d'eux dérape au point d'être inculqué, une large information est légitime. D'autant plus quand cette inculpation entraîne des conséquences politiques aussi importantes que dans l'affaire DSK.

Mais si les médias sont légitimés dans leur couverture d'une inculpation, il y a un corollaire indispensable. Que le public soit également informé, dans une ampleur comparable, si l'inculpation ne débouche pas sur une condamnation. Dans l'affaire Strauss-Kahn, pas de risque. Un non-lieu ou un acquittement auraient le cas échéant un retentissement tout aussi important que son arrestation et son inculpation. Mais dans bien d'autres cas, les médias ont une fâcheuse tendance à passer comme chat sur braise sur une non condamnation. Ils négligent alors de manière coupable de réparer ainsi les dégâts indiscutables occasionnés par une information préalable pourtant légitime.

Dominique von Burg, président du Conseil suisse de la presse

Quelques faits marquants dans la pratique du Conseil de la presse

- 1992:** Le Conseil de la presse se saisit d'un article de la «SonntagsZeitung» sur l'acceptation de cadeaux par les rédacteurs en chef de «Bilanz» et de «Finanz und Wirtschaft». Il édicte des recommandations étendues sur le comportement des journalistes économiques ainsi que sur le journalisme touristique, automobile et sportif (2 et 7/1992).
- 1994:** Dans l'affaire Tornare/Télévision Suisse Romande, le Conseil de la presse critique vivement le fait que les juges tendent trop facilement à édicter des mesures provisionnelles contre des articles de presse ou des émissions d'information (1/1994).
- 1996:** Dans une prise de position consécutive à plainte d'Anton Cottier, alors président du PDC, contre le magazine d'information «Facts», le Conseil de la presse définit les principes qui s'appliquent dans le cas d'une interview convenue. Il blâme l'homme politique pour avoir récrit l'interview mais aussi le magazine pour ne pas avoir respecté l'arrangement conclu avec Cottier (1/1996).
- 1997:** Le Conseil fédéral prie le Conseil de la presse de s'exprimer sur le cas Jagmetti. Le Conseil de la presse reproche à la «SonntagsZeitung» la présentation tronquée du papier stratégique secret, tout en défendant le droit des journalistes à publier, sous certaines conditions, des informations confidentielles (1/1997).
- 2002:** Prenant position sur le compte rendu du «Blick» et du «SonntagsBlick» concernant une soi-disant relation extraconjugale de l'ancien ambassadeur Thomas Borer, le Conseil de la presse réprimande la grave violation de la sphère privée et intime du couple Borer-Fielding. De plus, il juge illicite le versement d'un honoraire de 10.000 euros en paiement d'une information (62/2002).
- 2006:** En réaction au débat autour des caricatures danoises représentant Mahomet, le Conseil de la presse émet des réflexions de

fond sur la tension entre liberté d'expression et discrimination de minorités religieuses ou autres. Il justifie la reproduction de caricatures et d'images contestées au titre de documentation d'un débat public (12/2006).

2007: Une plainte de l'association «Info en danger» concernant le mélange croissant de contenus rédactionnels et publicitaires incite le Conseil de la presse à rappeler l'importance cardinale du principe de leur séparation pour la crédibilité des médias. La liberté des rédactions dans le choix des sujets rédactionnels doit être totalement respectée même s'il s'agit de reportages «lifestyle». Les règles déontologiques valent aussi lors de l'élaboration et de la publication de comptes rendus présentant des biens de consommation (1/2007).

2008: L'emballage médiatique et le suicide d'un prêtre en activité dans le canton de Neuchâtel incitent le Conseil de la presse à s'autosaisir du traitement médiatique des affaires de prêtres pédophiles. Selon le Conseil, la manière dont une institution comme l'Eglise catholique gère les cas des prêtres pédophiles est d'intérêt public. Les personnes condamnées pour un délit ou suite à un non lieu ont un droit à l'oubli. Ce droit n'est toutefois pas absolu. Les médias peuvent évoquer des faits passés pour autant qu'un intérêt public prépondérant l'exige. Ce peut être en particulier le cas quand il y a une relation entre une affaire passée et l'activité sociale ou professionnelle présente de la personne (22/2008).

2009: La police cantonale argovienne rend publics le nom complet et la photo du meurtrier présumé d'une jeune fille au-pair. Le Conseil de la presse enjoint aux rédactions de ne pas publier par pur réflexe les nom et photo d'un criminel présumé fournis par les autorités mais de se livrer à une réflexion déontologique propre avant toute publication. Rendre public un avis de recherche ou un appel à témoins se justifie lorsqu'il y a péril en la demeure,

mais pas quand l'acteur présumé est déjà en état d'arrestation et qu'il a avoué, cependant qu'un grand nombre de témoins éventuels se sont annoncés auprès des autorités avant même l'appel à témoins (31/2009).

2010: Les personnes qui rendent publiques sur Internet des informations de nature privée ne renoncent pas pour autant d'eux-mêmes à la protection de leur sphère privée. Pour les médias, cela signifie qu'ils ne peuvent pas publier sans autres des informations de nature privée recueillies sur Internet. Tout dépend – et ça ne concerne pas que l'Internet – de l'intention avec laquelle un individu s'expose dans la sphère publique. Les journalistes doivent donc évaluer de cas en cas quel est l'intérêt qui prédomine: le droit du public à être informé, ou le droit de la personne à la protection de sa vie privée? Lors de cette pesée d'intérêts, il faut tenir compte du contexte dans lequel une information a été placée sur Internet. A-t-elle paru dans un réseau social comme Facebook, ou sur un site institutionnel? Le site s'adresse-t-il à un groupe restreint de destinataires, ou à un large public? L'auteur en est-il un simple quidam, ou une personne connu du public? Les journalistes doivent enfin s'assurer que les conditions permettant l'identification soient remplies (43/2010).

Rapport annuel 2010 du Conseil suisse de la presse

Le paysage médiatique, au sens large, change et évolue de manière importante. Cette réalité ne peut laisser le Conseil de la Presse insensible. Ainsi a-t-il déjà commencé à préciser sa jurisprudence sur un point ou l'autre, un travail qui va sans doute se poursuivre au cours des prochaines années. Lors de son assemblée plénière du 1^{er} septembre 2010, le CSP a adopté une prise de position générale sur la protection de la vie privée sur Internet, sur les réseaux sociaux en particulier (43/2010, voir à la page 11). A la même date, l'assemblée a mandaté la 3^{ème} Chambre d'élaborer une prise de position sur la problématique des rectificatifs et de l'effacement de contenus médiatiques erronés sur l'Internet, y compris les archives électroniques. Ce travail est en cours. Prochainement, le Conseil envisage de s'autosaisir de la question de l'anonymat sur les blogs et autres forums des sites des médias. Une première prise de position dans ce contexte a d'ailleurs déjà été prise (64/2010, voir à la page 11). Autre problématique pas encore entamée, mais que le CSP ne devrait pas tarder à aborder: les conséquences des modes de collaboration toujours plus poussés entre rédactions, ou avec des rédactions centrales servant plusieurs médias. La question de l'exercice de la responsabilité rédactionnelle s'avère particulièrement cruciale pour les sites on line des médias desservis de manière plus ou moins

automatique. Enfin, le «journalisme citoyen», et la question de savoir dans quelle mesure il est soumis aux mécanismes d'autocontrôle de la profession, ne va pas tarder à se poser au Conseil suisse de la presse, comme c'est actuellement le cas en Allemagne par exemple.

Le travail de communication du Conseil de la presse (voir nos deux rapports précédents) se poursuit. En 2010, nous avons reçus vingt auditeurs à des séances de chambres. Rappelons qu'une partie de nos délibérations sont accessibles aux journalistes ou aux personnes proches des métiers de la communication. Neuf rédactions ont reçu la visite d'un membre du Conseil de la presse lors d'un de leurs briefings. Par ailleurs, vingt-trois de nos prises de position parmi les plus importantes ont été accompagnées d'un résumé destiné à les rendre plus accessibles à un large public. Plus décevant, les statistiques tenues par notre secrétaire démontrent que nombre de prises de position ne sont pas évoquées dans les médias concernés par les plaintes. Et pourtant, le préambule de la «Déclaration des devoirs et droits» le postule clairement. Une action du Conseil de fondation à cet égard serait la bienvenue. Heureusement, quelques-unes de nos prises de position ont joui d'un écho médiatique important. Celle déjà évoquée sur l'Internet et la vie privée, notamment, a fait l'objet d'articles dans

les deux versions d'«Edito». En revanche, nous avons renoncé cette année à notre conférence de presse traditionnelle. Mais un annuaire a été publié comme d'habitude au début de l'été.

Le rythme des plaintes et des prises de position demeure assez stable depuis une dizaine d'années (voir les chiffres en détail à la page 16). Si 30 plaintes sont encore pendantes au début de l'année, on peut quand même relever avec satisfaction qu'aucune ne remonte à plus de neuf mois. D'ailleurs, deux de ces cas sont encore ouverts parce qu'une discussion en plénum a été demandée, ce qui n'était plus arrivé depuis plusieurs années. Après avoir dressé le bilan des plaintes et des avis 2010, nous évoquerons l'évolution des directives de la «Déclaration des droits et des devoirs», ainsi que nos rapports avec l'extérieur.

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

2010 a vu le dépôt de 83 plaintes, 9 de plus que l'année précédente. De ces 83 plaintes, 12 sont restées sans suite, n'ayant pas été confirmées ou ayant été retirées.

Le nombre d'avis émis atteint 65, soit sept de moins que l'année précédente. Les trois Chambres ont émis 23 avis. La présidence de son côté a rédigé la prise de position du Conseil dans 41

cas. Le dernier avis enfin a été adopté en assemblée plénière. Rappelons que la présidence ne transmet pas aux Chambres les plaintes quand elles ne satisfont pas au règlement, quand elles sont manifestement infondées ou encore quand des cas similaires ont été traités précédemment par le Conseil de la presse.

Dans 15 cas, le Conseil de la presse n'est pas entré en matière, la plainte étant soit clairement infondée, soit trop tardive, soit faisant l'objet d'une plainte parallèle devant la justice. 20 plaintes ont été rejetées. Il reste donc 27 cas où le Conseil de la presse a constaté des violations de la «Déclaration des devoirs et des droits». Enfin, 3 prises de position sont de nature générale.

II. Motifs de plainte et de violation

1. Motifs de plainte

Une analyse quantitative du contenu des plaintes reçues en 2010 répartit ainsi les motifs d'insatisfaction du public:

- Les manquements au chiffre 3 de la «Déclaration des devoirs et des droits» sont le plus souvent stigmatisés, 36 fois. Et cela sous l'angle de l'absence d'audition en cas de reproche grave (11 fois), de l'omission d'éléments d'information importants (9), de la dénaturation d'une information (6), du traitement des sources (5), de l'utilisation des archives pho-

tographiques (2) et enfin de la publication de rumeurs non vérifiées (2) et d'un montage photo pas clairement indiqué.

- Les plaintes se rapportent 33 fois au chiffre 7 de la «Déclaration». A savoir non respect de la vie privée (10 fois), identification non justifiée (9), violation de la présomption d'innocence (7), accusations gratuites (5), manque de protection des victimes ou des enfants (2).
- A en croire les plaintes déposées en 2010, le chiffre 1 (recherche de la vérité) aurait été violé 28 fois.
- Quant au chiffre 5 il est évoqué 21 fois dans les plaintes. Soit 17 fois pour le manque au devoir de rectification, et 4 fois en ce qui concerne le courrier des lecteurs.

Pour 2010, la quasi-totalité des plaintes se rapportent donc aux chiffres 1, 3, 5 et 7 de la «Déclaration des devoirs et des droits des journalistes». Suivent encore, dans l'ordre:

- les violations alléguées du chiffre 8 (dignité, discrimination), 9 fois;
- celles concernant le chiffre 2 (distinction entre l'information et le commentaire, 6 fois, et pluralisme des points de vue, 2 fois);
- puis celles qui concernent le chiffre 4 (méthodes déloyales, 7 fois);
- la séparation entre les parties rédactionnelle et publicitaire (chiffre 10, 4 fois);

- et enfin 3 plaintes évoquent le chiffre 9, indépendance de la profession.

2. Motifs de violation

L'analyse des motifs de violation retenus par le Conseil de la presse en 2010 montre une nouvelle fois que c'est à propos du chiffre 7 de la «Déclaration» (respecter la vie privée) que les médias sont le moins respectueux des principes déontologiques de la profession.

- En effet, 12 violations du chiffre 7 de la «Déclaration des devoirs et des droits» ont été constatées. Par ordre de fréquence, il s'agit d'une identification non justifiée (5 fois), du non respect de la vie privée (4), et de la violation de la présomption d'innocence (3).
- 8 violations ont été constatées concernant le chiffre 3 de la «Déclaration», soit le manque d'audition en cas de reproche grave (6 fois), la dénaturati-on d'une information (1) et l'omission d'informations importantes (1).
- Le devoir de rechercher la vérité (chiffre 1) n'a pas été respecté dans 7 occurrences.
- Le chiffre 5 a été violé 6 fois, sous l'aspect du devoir de rectifier (4 fois) et du courrier des lecteurs (2).
- Le Conseil de la presse a constaté 3 violations du chiffre 4, concernant les méthodes déloyales (2 fois) et les entretiens aux fins d'enquêtes (1).
- Enfin le chiffre 8 (dignité) a été violé 2 fois, et le chiffre 10 (séparation entre texte et publicité) 1 fois.

III. Sélection de quelques avis significatifs

1. On ne peut pas sans autre utiliser les données personnelles recueillies sur Internet

Avec l'extension des réseaux sociaux notamment, le Conseil de la presse a décidé de clarifier sa position quant aux données privées véhiculées sur Internet. Certes, estime le Conseil de la Presse, les informations et documents placés sur l'Internet relèvent de l'espace public, dans la mesure où ils sont accessibles à tout un chacun. Néanmoins, ces informations peuvent garder leur nature privée suivant leur contenu. Avant de pouvoir être publiées sur un autre média, elles doivent subir les vérifications d'usage et elles doivent répondre à un intérêt public. De plus, le contexte de leur mise en ligne doit être pris en compte: de quel type de site s'agit-il? L'auteur est-il un individu lambda, une personne publique ou un journaliste? A qui l'auteur entendait-il s'adresser? (43/2010).

2. Réactions anonymes: le Conseil de la presse adapte sa jurisprudence

Un lecteur de l'«Oltner Tagblatt» a saisi le CSP parce que des SMS anonymes, publiés dans une rubrique ad hoc du journal, l'insultaient. Le Conseil a saisi le prétexte de cette plainte pour réviser légèrement sa jurisprudence en matière

de courrier des lecteurs. En effet, avec l'explosion de l'interactivité par voies électroniques, une interdiction stricte de la publication de contributions anonymes n'est plus tenable. Pour le Conseil de la presse, des réactions anonymes peuvent être publiées, pour autant qu'elles ne mettent pas en cause des personnes et que l'on n'abuse pas de la protection conférée par l'anonymat pour répandre des rumeurs, des mensonges ou des propos blessants. Cette règle s'applique également à des textes imprimés (64/2010).

3. Les risques de l'emballement médiatique

Le déchaînement des médias après l'arrestation de Carl Hirschmann, riche héritier et ex-proprétaire d'une boîte de nuit, a incité ce dernier à saisir le CSP à l'encontre de l'ensemble de la presse Ringier. Même si le Conseil n'est pas entré en matière sur une plainte aussi vaste, il a saisi l'occasion pour rédiger un avis de portée générale. Une célébrité boulevardière, qui n'hésite pas à s'exposer dans les médias, doit s'attendre à ce que l'on parle d'elle également dans des circonstances désagréables. Quant à l'emballement médiatique, il ne constitue pas en soi une violation du code déontologique. Néanmoins, le CSP en appelle à la responsabilité des journalistes et des médias. La chasse aux «révélations» quotidiennes peut mener à la publication de rumeurs

non vérifiées, sans que l'objet de la rumeur ne puisse s'exprimer. Par ailleurs, les rédactions doivent être conscientes des effets qu'une avalanche de comptes rendus peut avoir sur la personne concernée (58/2010).

4. Même accessible au public, l'ornement d'une tombe relève de la sphère privée

Pour «accrocher» son histoire sur le décès tragique du fils de l'écrivain vedette Martin Suter, le «Blick» a publié à sa «Une» la photo de l'enfant placée sur sa tombe, et l'a même vendue à la «Bild»-Zeitung. Le Conseil de la presse condamne sévèrement ce procédé. Même si elle est accessible au public, une tombe relève de la sphère privée. D'autant plus qu'en l'occurrence, la famille avait tout fait pour éviter un tapage médiatique et que l'écrivain, pourtant régulièrement présent dans les médias, n'y avait jamais fait étalage de sa vie privée (1/2010).

5. Dans une affaire judiciaire, seuls les éléments identifiants utiles à la compréhension doivent être publiés

Dans l'affaire du meurtre d'une personnalité politique vaudoise, qui a fait grand bruit, le beau-fils de la victime est soupçonné. L'Ordre des avocats vaudois saisit le Conseil de la presse, la publication du nom du suspect et le rappel de sa célébrité scienti-

fique violant à son avis la présomption d'innocence. Le Conseil de la presse ne suit pas les plaignants sur ce terrain, «24 Heures» et «Le Matin» ayant clairement écrit que l'affaire n'était pas jugée. De même, le CSP a estimé que de cacher le nom n'aurait pas fait de sens, puisque le lien de parenté avec la victime le dévoilait. En revanche, juge le Conseil, en s'attardant sur la célébrité scientifique du suspect, les quotidiens ont élargi sans justification le cercle des personnes pouvant l'identifier (22/2010).

6. La présomption d'innocence doit être mentionnée d'une manière ou d'une autre

«Le militant de gauche Klaus Rozsa condamné», titre la NZZ à la suite d'un jugement en première instance. Selon ce jugement, le photographe de presse a craché sur un policier et l'a traité de nazi lors de l'occupation du stade du Hardturm. Dans sa jurisprudence, le Conseil de la presse ne s'est jamais montré très rigoureux en ce qui concerne le respect de la présomption d'innocence. Pour y satisfaire, il suffit d'y faire allusion clairement d'une manière ou d'une autre. Mais en l'occurrence, le quotidien a négligé de préciser que le jugement n'était pas entré en force puisqu'il était encore susceptible d'un recours. Tout en jugeant la plainte de Rozsa excessive, la NZZ a néanmoins décidé, en ce qui concer-

ne les compte rendus de jugements de première instance, de préciser désormais dans une notule que le jugement n'est pas en force. Une solution que le Conseil de la presse, qui a donné raison au plaignant, juge suffisante (40/2010).

7. La personne qui fait l'objet de reproches graves doit être confrontée à ces reproches de manière précise

La «NZZ am Sonntag» ayant fait état d'accusations graves à l'encontre de Ludwig Minelli (Dignitas), elle devait donner l'occasion à ce dernier de répondre aux reproches précis formulés, à savoir qu'il n'avait pas respecté la volonté d'une défunte. Certes, Minelli avait fait savoir qu'il ne souhait pas entrer en contact avec le journaliste. Mais dans sa demande, ce dernier n'avait évoqué que des thèmes plus généraux: la volonté du Conseil fédéral de réglementer l'aide au suicide, et la question de savoir si Dignitas avait quelque chose à voir avec les urnes retrouvées au fond du lac de Zurich. Le Conseil de la presse confirme ainsi une jurisprudence constante en la matière (38/2010).

8. Une personne mise en cause par une déclaration officielle ne doit pas nécessairement être entendue

Interpellé dans l'affaire UBS, le Conseil fédéral répond à un député que

le patron de la banque, Peter Kurer, a certes enjolivé la situation devant une assemblée générale, mais que c'avait été utile. «Kurer de l'UBS a triché», titre «Blick», et le banquier saisit le Conseil de la presse. Ce dernier toutefois rejette la plainte. D'une part, la formulation du titre n'est pas contraire à la vérité. D'autre part, concernant l'audiatur et altera pars, un journal n'est pas obligé d'entendre une personne mise en cause dans une déclaration officielle (21/2010).

9. On peut se dispenser d'auditionner une personne faisant l'objet d'accusations dans un document officiel, pour autant que ce document soit identifié

L'hebdomadaire satirique «Vigousse» accuse deux Valaisans d'avoir détourné 23 millions, forfait pour lequel ils vont passer en jugement. L'article est virulent, les prévenus sont traités tour à tour de «grigous», d'«aigrefins» ou de «fripouilles», pour ne citer que quelques qualificatifs particulièrement fleuris. Ce ne sont pourtant pas ces termes qui dérangent le Conseil de la presse, puisque le lecteur sait qu'il est en possession d'une publication satirique et qu'il est en mesure de faire la part des choses. En revanche l'argument de «Vigousse» pour n'avoir pas entendus les prévenus, selon lequel l'article s'appuyait «sur des pièces judiciaires»

est insuffisant aux yeux du CSP. Il fallait identifier ces pièces de manière plus précises, ou alors donner l'occasion aux personnes mises en cause de donner leur point de vue (57/2010).

10. Celui qui informe un journaliste n'est pas en droit d'interdire la publication si l'article ne prend pas le tour souhaité

Le «Tages-Anzeiger» est alerté par les parents d'une fillette lourdement handicapée à la suite des erreurs de la sage femme lors de la naissance. Cette dernière est condamnée, mais le combat des parents se poursuit en vue d'obtenir réparation auprès des assurances. Le projet d'article pourtant déplaît aux parents, estimant qu'ils apparaissent injustement comme avides d'argent et comme animés d'un désir de vengeance. Ils demandent donc au journaliste de ne rien publier. Le quotidien passe outre, tout en prenant soin de ne donner aucune indication qui permettrait d'identifier la famille. Cette dernière saisit le Conseil de la presse, qui toutefois donne raison au «Tages-Anzeiger». Le fait de confier des informations confidentielles à un journaliste constitue un premier pas vers la publication. A moins qu'il en ait été convenu autrement, l'informateur ne conserve pas de droit absolu sur une publication ultérieure (42/2010).

11. La liberté du commentaire n'autorise pas à travestir les faits

«Celui qui vote contre les minarets vote également en faveur de la torture et ouvre la voie au génocide, écrivez-vous, M. Binswanger!» Cette phrase est celle d'un éditorialiste du «Blick am Abend», s'en prenant à un collègue du «Magazin». Ce dernier saisit le Conseil de la presse, car il estime que ses propos ont été complètement déformés. Certes, il s'est en pris à l'UDC qui, forte de son succès concernant l'interdiction des minarets en Suisse, lance l'idée que le peuple souverain devrait pouvoir imposer sa volonté à tout propos. Dans son commentaire, Binswanger cite et approuve l'historien Georg Kreis, selon lequel une initiative anti-sémite aurait pu être couronnée de succès dans les années 1930. Ce point de vue, accuse l'éditorialiste du «Magazin», est complètement déformé par son collègue du «Blick» quand il l'accuse de traiter les partisans de l'initiative anti-minarets de «pousse au génocide». Ce point de vue est partagé par le Conseil de la presse, qui rappelle que même un commentaire très pointu ne doit pas travestir la vérité (25/2010).

12. Jurisprudence précisée quant aux embargos

Le Conseil de la presse a saisi l'opportunité d'une plainte de la «Neue Luzerner Zeitung» contre la chancel-

lerie du canton de Lucerne pour préciser sa position quant aux embargos. Du fait notamment que tous les médias sont maintenant en mesure d'informer instantanément, les embargos ne se justifient plus que dans les seuls cas où ils sont liés à l'heure d'une manifestation ou d'une conférence de presse. Les embargos ne sont pas justifiés quand ils visent à influencer la concurrence entre les médias (52/2010).

IV. Adaptation des directives relatives à la de la «Déclaration des devoirs et des droits»

Lors de son assemblée plénière du 1^{er} septembre 2010, le Conseil de la presse a décidé de reformuler la directive 8.2 (interdiction des discriminations), en vue de la simplifier et de la rendre plus praticable. La nouvelle mouture entrera en vigueur le 1er juillet 2011.

Par ailleurs, les nouvelles directives relatives au chiffre 7 de la «Déclaration» (vie privée), entièrement revues, sont entrées en force le 1er juillet 2010.

V. Rencontre de l'AIPCE à Amsterdam

Le secrétaire et le président du Conseil de la presse ont participé à Amsterdam, du 3 au 6 novembre, à la 12^{ème} rencontre de l'AIPCE (Alliance of Independent Press Councils of Europe). Cette rencontre annuelle prend toujours plus d'ampleur, puisque 76 participants représentant 37 pays étaient présents.

L'essentiel de la rencontre a été consacré à un échange d'information entre les différents conseils de la presse, dont l'organisation, la pratique et les compétences peuvent varier fortement. Néanmoins, on constate une convergence évidente dans la défense du principe de l'autorégulation des médias en matière déontologique. Parmi les sujets généraux discutés, les évolutions diverses consécutives au développement, voire à l'explosion, des nouveaux médias ont dominé les débats.

Dominique von Burg, président du Conseil suisse de la presse

Annexe I: Statistique du Conseil suisse de la presse 2010

	Total	Suisse- alémannique	Romand	Suisse italienne	Journaux	Revue	Radio SRG	TV SRG	Radio privées	TV privées	Internet	Agences
Procédures pendantes le 1.1.10	25	21	2	2	19	5	0	0	0	0	0	1
Cas d'autosaisine	1	1									1	
Nouvelles plaintes	83	66	14	3	61	13	1	4		1	3	1
Plaintes retirés	14	12	2		8	4	1	1				
Non entrée en matière/plaintes infondées	14	12	2	0	8	4		2				
Plaintes admises	12	9	3	0	10	1						1
Plaintes partiellement admises	15	11	4	0	9	3					2	1
Plaintes rejetées	21	16	3	2	18	3						
Prises de p. des cas d'autosaisine	3	3			2						1	
Procédures présidentielles	55	48	5	2	39	11	1	3				1
Procédures dans les chambres	23	17	6	0	17	3					2	1
Procédures devant le plénum	1	1									1	
Total des prises de position adoptées	65	51	12	2	47	11	0	2	0	0	1	2
Total des procédures liquidées	79	66	11	2	56	14	1	3	0	0	3	2
Procédures pendantes le 31.12.10	30	22	5	3	24	4	0	1	0	1	1	0

Annexe II: Développement du nombre des prises de position du Conseil suisse de la presse de 2001–2010

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Procédures pendantes le 1.1.	23	22	28	45	27	42	35	38	34	25
Cas d'autosaisine	1	4	0	0	1	2	0	1	1	1
Nouvelles plaintes	68	91	103	74	88	79	86	81	74	83
Plaintes retirés	15	23	24	25	23	22	20	20	11	14
Non entrée en matière/plaintes infond. i	4	17	10	14	13	22	8	17	19	14
Plaintes admises	6	10	12	6	12	8	8	8	6	12
Plaintes partiellement admises	18	13	18	19	15	14	21	8	17	15
Plaintes rejetées	25	24	20	28	11	20	26	32	29	21
Cas d'autosaisine	2	2	2	0	0	2	0	1	1	3
Procédures présidentielles	32	38	64	66	49	63	53	56	54	55
Procédures dans les chambres	35	28	19	26	24	23	30	30	30	23
Procédures devant le plénum	3	0	0	0	1	2	0	0	0	1
Total des prises de position adoptées	54	66	62	67	51	66	63	66	72	65
Total des procédures liquidées	70	89	86	92	74	88	83	86	84	79
Procédures pendantes le 31.12.	22	28	45	27	42	35	38	34	25	30

Adaption de la directive 8.2 relative à la «Déclaration»

Le Conseil suisse de la presse, lors de sa séance plénière du 1^{er} septembre 2010, a révisé la directive 8.2 (interdiction des discriminations) relative au chiffre 8 de la «Déclaration». L'entrée en vigueur est le 1er juillet 2011.

Directive 8.2 (Protection de la vie privée)

La désignation de l'appartenance ethnique ou nationale, de l'origine, de la religion, de l'orientation sexuelle et/ou de la couleur de peau peut avoir un effet discriminatoire, en particulier lorsqu'elle généralise des jugements de valeur négatifs et qu'elle renforce ainsi des préjugés à l'encontre de minorités. C'est pourquoi les journalistes font une pesée des intérêts entre la valeur informative et le danger d'une discrimination. Ils respectent le principe de la proportionnalité.

Les informations de nature privée figurant sur Internet ne peuvent être automatiquement reprises par les médias*



*Dominique von Burg,
président du Conseil suisse de la presse*

Le journaliste se doit-il encore de protéger la vie privée des individus, à l'heure où l'on constate que tout le monde ou à peu près s'expose complaisamment sur la toile? Pourquoi les médias classiques seraient-ils plus royalistes que le roi? N'est-il pas complètement ringard de se priver de répandre les infos et les images qui sont de toute façon déjà livrées en pâture à tout un chacun sur les nouveaux médias?

Dans sa prise de position 43/2010 du 1^{er} septembre 2010, le Conseil de la presse répond à ces questions. Oui, les informations personnelles placées sur les réseaux sociaux, les blogs et Cie appartiennent au domaine public. Mais non, cela ne signifie pas qu'elles puissent être reprises sans autre par les journaux, la radio, la télévision ou par les sites journalistiques sur l'Internet. Voici comment s'articule le raisonnement du Conseil de la presse, qui d'ailleurs confirme ses prises de position antérieures.

Quand il raconte sa vie à ses «amis» sur Facebook ou autre, l'internaute

lambda s'adresse à un public qui lui est plus ou moins proche. Il n'a pas forcément les connaissances ou les outils lui permettant de restreindre l'accès à son message. Et de toute façon, il n'a pas l'intention de s'adresser à un journaliste. S'il le faisait en toute connaissance de cause, il ne s'exprimerait sans doute pas de la même manière, et ne divulguerait pas les mêmes informations. Comme en témoignent les plaintes des usagers quant à l'utilisation de leurs données personnelles par les exploitants de certains réseaux sociaux, ou encore la progression constante des plaintes adressées au Conseil de la presse et touchant à la vie privée, le public tient à garder le contrôle sur son image.

Certes, admet le Conseil de la Presse, «avec leur développement fulgurant, les réseaux sociaux, les blogs, forums etc. ont considérablement élargi l'espace public». Et il rappelle au passage à celui qui s'y expose qu'il prend le risque d'une publication plus large si un intérêt public le justifie. Néanmoins,

*Article publié dans le numéro 5/2010 d'«Edito»

tirant un parallèle avec les informations qui peuvent circuler dans la rue ou dans un espace public, le Conseil de la presse fait remarquer qu'«une information à caractère privé ou une image de nature personnelle n'acquière pas de valeur informative du simple fait qu'elle a été placée sur Internet».

La publication d'une information de nature privée, quelle que soit sa provenance, doit répondre à un intérêt public dont l'importance prime sur le droit au respect de sa sphère privée. En plus des critères habituels devant présider à cette pesée des intérêts (personnage public ou non; responsabilité exercée par l'intéressé; accord donné explicitement ou implicitement à une publication, voir le chiffre 7.2 des directives re-

latives à la «Déclaration des devoirs et des droits») le Conseil de la presse demande aux journalistes de tenir compte du contexte dans lequel une information est placée sur la toile. Quelle est la nature du site et qui s'exprime? A qui l'auteur a-t-il l'intention d'adresser son information ou de divulguer son image?

Enfin, le Conseil de la presse rappelle qu'avant publication, toute information doit être vérifiée quant à sa provenance et à sa véracité. Internet étant par nature ouvert à tous vents, ces vérifications sont particulièrement malaisées en la circonstance. Le Conseil de la presse recommande donc une prudence particulière avant de répandre des informations de nature personnelle.



*Martin Künzi,
secrétaire du Conseil suisse de la presse*

Un «droit à l'oubli» n'est-il plus réaliste à l'ère digitale? Devons-nous apprendre à vivre avec le fait que des informations se rapportant à des événements éloignés dans le temps restent, une fois digitalisés et mis sur Internet, accessibles à tout un chacun pour une durée indéterminée grâce à quelques clics de souris? Le Conseil de la presse a tenté de trouver une réponse à ces questions délicates.

L'incitation est venue du titre agressif d'un compte-rendu du «Tages-Anzeiger Online» sur une condamnation en première instance. L'accusé a protesté et la rédaction a donné suite sans tarder à sa demande de modification. La manchette, cependant, est restée accessible sur la toile quelque temps encore dans sa forme première. La personne concernée s'en est plainte auprès du Conseil de la presse (prise de position 26/2010). Ce dernier a saisi l'occasion pour discuter à fond des effets à court et à long terme des informations dans les médias en ligne et les archives digitalisées (prise de position 29/2011).

Demandes de modification relativement rares – tendance à la hausse

Le Conseil de la presse a auditionné d'abord une série d'experts. Selon eux, les demandes de modification sont jusqu'ici rares par rapport au nombre des articles publiés. La tendance est cependant à la hausse. A ce propos il convient de distinguer les modifications suivant de près la publication (rectification et/ou demande d'anonymat) et les requêtes déposées bien ultérieurement. Dans le premier cas, les rédactions entendues réagissent rapidement aux demandes justifiées et cela sans complications bureaucratiques. Les médias se montrent en revanche très réservés, voire négatifs lors de (rares) demandes pour que l'anonymat soit rétabli après coup ou que soient actualisés des comptes rendus anciens archivés.

La décision concernant ces demandes appartient aux rédactions, sous réserve d'injonctions judiciaires. Ainsi la banque de données des médias suisses (SMD) et Google en particulier ne procèdent pas à des modifications de leur propre chef mais seulement à la demande de

l'auteur de l'information ou d'une disposition d'un tribunal.

Garde au recyclage des informations

Le recours aux archives digitalisées toujours plus complètes facilite la recherche journalistique, mais en cette ère du journalisme copié-collé, cela aboutit par ailleurs souvent à ce que des informations tirées d'articles antérieurs se retrouvent à nouveau projetées sans vérification sous les feux de l'attention publique.

Comment empêcher que des journalistes «recyclent» de fausses informations? Pour le Conseil de la presse, la responsabilité en incombe aux rédactions. Les journalistes devraient vérifier d'un œil critique leurs sources tout particulièrement lors de recherches sur Internet et dans les archives et se faire confirmer les informations de plusieurs sources. En outre, il importe avant tout de s'assurer que les rectifications et les droits de réponse se trouvent toujours en lien avec les comptes rendus d'origine (ainsi mentionné déjà dans la prise de position 46/2001). S'agissant de rectifications relevante et plus importantes que la correction de simples imprécisions ou de faits non essentiels pour la compréhension du public, le Conseil de la presse recommande finalement aux rédactions de mentionner la rectification ou le droit de réponse comme notice complémentaire au lieu de simplement modifier la version anté-

rieure. L'utilisateur, en effet, ne perçoit pas la rectification comme telle sur la seule indication de la date de la dernière actualisation.

Le «droit à l'oubli»: de quoi s'agit-il?

C'est en rapport avec les comptes rendus sur la couverture de l'affaire des prêtres pédophiles que le Conseil de la presse s'est penché pour la première fois sur le «droit à l'oubli» (prise de position 22/2008). De quoi s'agit-il? Les médias devraient renoncer à «réchauffer» après un laps de temps prolongé et sans raison valable une condamnation pénale ou toute autre information touchant la personnalité. La directive 7.5 relative à la «Déclaration» dit: «Les personnes condamnées ont un droit à l'oubli. Cela est d'autant plus vrai en cas de non-lieu et d'acquiescement. Le droit à l'oubli n'est toutefois pas absolu. Tout en respectant le principe de la proportionnalité, les journalistes peuvent relater des procédures antérieures, si un intérêt public prépondérant le justifie. Par exemple, quand il y a un rapport entre le comportement passé et l'activité présente.»

Pour les médias en ligne et les archives digitalisées, la question du «droit à l'oubli» se pose en termes différents, du moment que les informations provenant de comptes rendus médiatiques antérieurs ne sont pas diffusées activement, mais seulement rendues accessibles. Même si il suffit souvent pour

une recherche active en cette ère de l'Internet et des moteurs de recherche de quelques clics de souris pour accéder à l'information.

Rendre un article anonyme après coup ...

Le facilité d'accès aux articles digitalisés peut conduire à ce qu'une information révélant une identité de manière justifiée à l'époque de la publication reste inchangée pour une durée indéterminée sur la toile. Et cela quand bien même lorsque l'identification ne se justifie plus aujourd'hui, après un laps de temps prolongé. De facto, le «droit à l'oubli» est ainsi remis en question. Le Conseil de la presse a discuté de manière contradictoire à la question de savoir si c'était là le prix à payer pour les immenses avantages qu'offre la toile à la société d'information ou si les rédactions, le cas échéant, devraient rendre anonymes après coup des articles archivés mentionnant une identité, pour respecter ce droit à l'oubli et à quelles conditions elles devraient le faire.

De la même façon qu'à propos du thème «Internet et sphère privée» (voir le texte de Dominique von Burg à la page 18 de ce fascicule) la prise de position 29/2011 reprend en rapport avec le «droit à l'oubli» l'argument selon lequel la plupart des gens ne sont guère disposés à accepter sans mot dire qu'une condamnation rendue publique soit à jamais accessible sur le net. Tracer une

nouvelle limite entre sphère privée et sphère publique en s'appuyant sur un débat public qui doit encore avoir lieu peut s'imposer le cas échéant, mais ne saurait se justifier par la seule mention des suites «inévitables» du développement technique.

S'il convient de maintenir – du moins pour le moment – un «droit à l'oubli» en rapport avec les médias en ligne et les archives digitalisées, les journalistes sont dans l'obligation de procéder à une pesée soigneuse des intérêts entre le droit du public à l'information et la protection de la sphère privée, avant de rendre publiques des informations relevant de la personnalité tirées d'archives digitales. De l'avis du Conseil de la presse toutefois, on ne saurait exiger des rédactions qu'elles passent régulièrement au crible des articles archivés et librement accessibles pour établir si l'identification permise par le compte rendu se justifie encore d'un point de vue actuel. C'est d'autant plus vrai pour des archives digitalisées dont l'accès exige le nom de l'utilisateur et un mot de passe.

Si toutefois elles reçoivent des demandes de restituer l'anonymat dans certains articles, les rédactions devraient examiner, en s'appuyant sur le principe de la proportionnalité, si un tel compte rendu révélant une identité et son contenu portent atteinte, du point de vue actuel, à la personnalité en cause et si cette dernière peut rendre vraisem-

blable qu'un désavantage important la menace aujourd'hui en raison de cette identification.

... ou actualiser?

Tout comme la mention d'un nom dans un compte rendu médiatique ne se justifie plus selon les circonstances en raison du temps écoulé, il est des informations qui, correctes au moment de la publication d'un compte rendu, ne sont plus exactes ou du moins incomplètes aujourd'hui. Faut-il dès lors exiger l'actualisation permanente des articles accessibles sur l'Internet? Si le contenu était exact au moment de la publication, estime le Conseil de la presse, il n'y a pas lieu d'y procéder dans la plupart des cas. Comme pour le rétablissement de l'anonymat, il convient lors de demandes de réactualisation ultérieure d'articles médiatiques de s'en tenir au principe de la proportionnalité. Il s'agit en particulier d'examiner si le compte rendu non actualisé peut être considéré aujourd'hui comme portant atteinte à la personnalité, et, de même,

considérer si renoncer à l'actualisation pourrait constituer pour la personne en question un désavantage important.

Et la vérité historique?

Les corrections après coup devraient rester des exceptions et en aucun cas conduire à masquer la «vérité» historique. Les archives ont une fonction importante, non seulement pour les journalistes. Le Conseil de la presse formule dès lors deux exigences:

- d'une part, il recommande que les textes archivés soient toujours accessibles aussi dans leur forme première, même s'ils ne sont pas ou plus exacts. Les modifications ultérieures doivent être mentionnées comme étant des compléments.
- Un compte rendu est-il «anonymisé» pour raisons de la protection de la personnalité, le texte original devrait être conservé comme pdf. Cela à condition que le texte permettant une identification ne figure pas à l'index de la recherche avec les mots-clés.

Composition du Conseil suisse de la presse 2011

Président



Dominique von Burg

Carouge, journaliste

Vice-présidents



Edy Salmina

Comano,
Radiotelevisione svizzera italiana



Esther Diener-Morscher

Bern, freie Journalistin

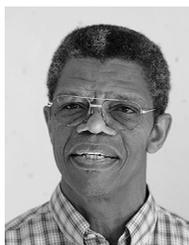
Représentants du public



Dr. phil. Markus Locher
Mittelschullehrer, Basel



Dr. iur. LL. M. Philip Kübler
Rechtsanwalt, Zürich



Dr. Charles Ridoré
Villars-sur-Glâne



Dr. iur. Peter Liatowitsch
Rechtsanwalt, Notar und Mediator
Basel



Anne Seydoux
Licence en droit, Delémont
Conseillère aux Etats



Francesca Snider
Avvocato e notaio, Locarno

Journalistes



Nadia Braendle
Genève, journaliste



Michel Bühler
Orbe, journaliste libre



Pascal Fleury
Ependes, «La Liberté»



Luisa Ghiringhelli
Lugano, giornalista libera



Jan Gruebler
Zürich, Schweizer Radio DRS



Claudia Landolt Starck
Suhr, freie Journalistin

Journalistes



Pia Horlacher

Zürich, «NZZ am Sonntag»



Klaus Lange

Zürich, «SonntagsBlick»



Sonja Schmidmeister, lic. phil.

Rüschlikon, Schweizer Radio DRS



Dr. Daniel Suter

Zürich, Publizist



Max Trossmann

Adliswil, Historiker und Publizist



Michel Zendali

Lausanne, Télévision Suisse Romande

Sekretariat



Dr. Martin Künzi

Interlaken, Fürsprecher

Secrétariat

Schweizer Presserat

Sekretariat

Conseil suisse de la presse

Secrétariat

Consiglio svizzero della stampa

Segretariato

Postfach/Case 201, 3800 Interlaken

Telefon/Téléphone/Telefono: 033 823 12 62

Telefax/Téléfax/Telefax: 033 823 11 18

Website: www.presserat.ch; E-Mail: info@presserat.ch

Korrektorat: Max Trossmann

Layout: Domino Werbeagentur Interlaken

Druck: Balmer Druck, Interlaken