



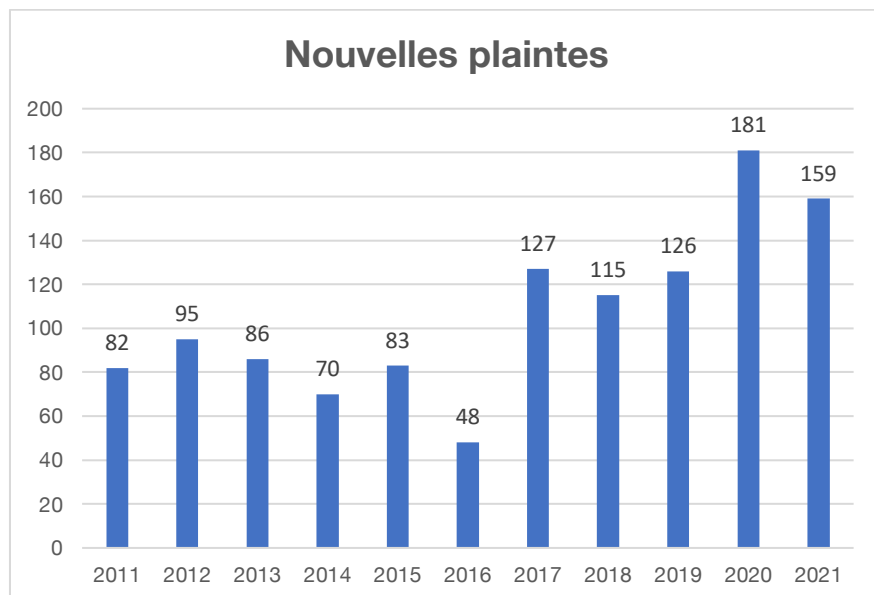
Photo: Fabio Biasio

# RAPPORT ANNUEL 2021

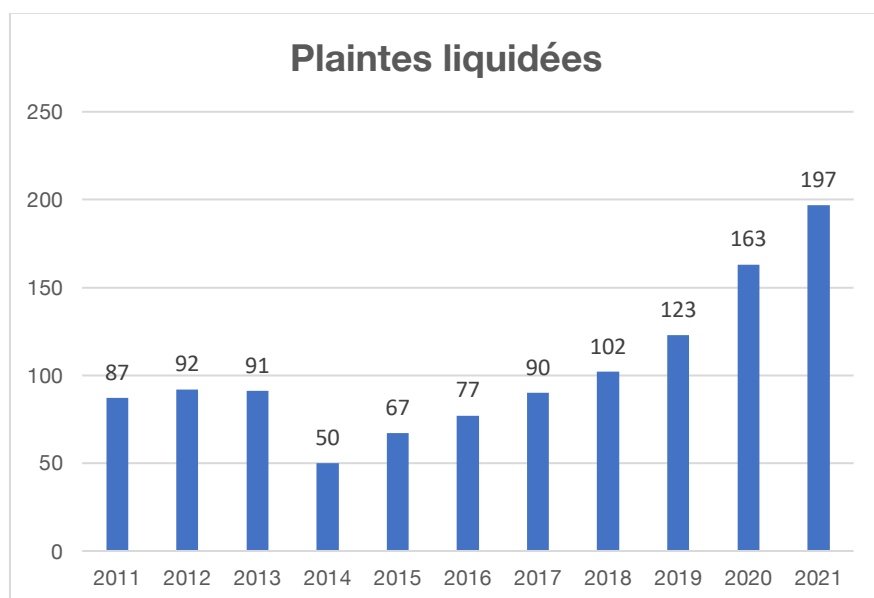
## DU CONSEIL SUISSE DE LA PRESSE

## I. Plaintes, décisions et atteintes au code de déontologie

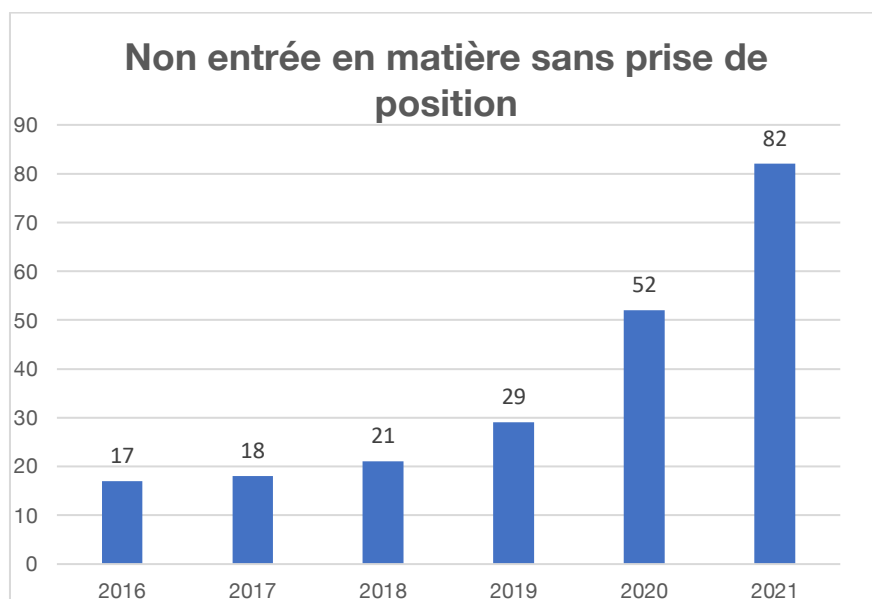
Comme l'année précédente, le Conseil de la presse a reçu un nombre très élevé de plaintes (2020: 181 nouvelles entrées, 2021: 159, voir la statistique).



Il a liquidé au total près de 200 plaintes, soit un record absolu.



En 2021, le Conseil de la presse a accepté partiellement ou intégralement 34 plaintes au total, le chiffre était de seulement 23 un an auparavant. Il ne faut toutefois pas en déduire que les journalistes font mal leur travail. Si on tient aussi compte des décisions de non-entrée en matière, sans prise de position, le tableau n'est pas le même (2021: 82).



Le chiffre indique que les gens ont tendance à rédiger une plainte parce qu'un texte les révolte par exemple. Le courrier électronique le permet facilement aujourd'hui. Le plaignant ou la plaignante adopte souvent aussi un ton abrupt. Dans ce type de cas, il en va rarement d'une véritable atteinte au code de déontologie, mais plutôt de la manifestation d'un désaccord au sujet de l'article.

Lors de décisions de non-entrée en matière, le Conseil de la presse adresse une lettre personnelle au plaignant ou à la plaignante pour lui expliquer pourquoi il ne traite pas sa plainte. Cette manière de procéder est chronophage pour le secrétariat de direction, mais elle favorise la compréhension envers le code de déontologie des journalistes.

## II. Motifs des atteintes

Les atteintes constatées par le Conseil de la presse en 2021 se composent comme suit:

- 15 atteintes au chiffre 1 de la «Déclaration» (devoir de vérité)
- 15 atteintes au chiffre 3, notamment devoir d'entendre avant publication de reproches graves (7), dénaturation de faits (3), traitement des sources (3), omission d'informations importantes (2)
- 6 atteintes au chiffre 7, notamment sphère privée et identification (5), présomption d'innocence (1)
- 3 atteintes au chiffre 5 (rectification)
- 2 atteintes au chiffre 2 (distinction entre faits et commentaire, indépendance (chacune 1)
- 2 atteintes au chiffre 10 (séparation entre publicité et rédaction)
- 1 atteinte au chiffre 8 (discrimination)

La question de la distinction entre faits et commentaire a souvent préoccupé les plaignants en 2021. Concrètement, elle n'a toutefois abouti qu'à un blâme, car, dans les autres cas sujets à critique, il était facile de distinguer ce qui relevait des faits et de l'opinion. Quelques plaintes laissaient également deviner que le ou la plaignante

ne partageait tout simplement pas l'avis du journaliste. Or, le Conseil de la presse n'a pas pour rôle de juger des positions de chacun, mais seulement de voir si le code de déontologie des journalistes est respecté ou non.

Le Conseil de la presse tient à rappeler ici l'obligation faite aux médias, dans le préambule de la «Déclaration des devoirs et des droits du/de la journaliste», de publier à tout le moins un bref résumé de ses prises de position. La grande majorité des médias s'acquittent d'eux-mêmes de cette obligation. En 2021, les médias suivants ont malheureusement omis de le faire: Il Mattino, Immorama, Weltwoche, Tribune de Genève et Basel Express.

### III. Sélection de décisions emblématiques

#### Sphère privée et mention de noms

Les médias «tagesanzeiger.ch» et «SonntagsZeitung» ont rapporté qu'une cinquantaine de personnes avaient été amendées après avoir participé à une manifestation pour le climat au centre de Zurich. Leur texte mentionnait certains des participants, parmi lesquels deux femmes, par leur prénom et l'initiale de leur nom, et donnait quelques autres informations les concernant. Les deux femmes ont porté plainte auprès du Conseil de la presse parce que les indications fournies permettaient facilement de les identifier.

Tamedia était d'avis que les deux femmes avaient été suffisamment anonymisées. Et qu'elles étaient en quête de publicité, de par leur action, et ne pouvaient invoquer a posteriori leur anonymat. Le Conseil de la presse a tranché la question de l'identification au bénéfice des plaignantes: leur prénom et l'initiale de leur nom ainsi que les informations complémentaires fournies à leur sujet permettaient de trouver rapidement leur identité complète. Si les médias avaient aussi abrégé les prénoms ou – mieux encore – utilisé des prénoms fictifs (avec la mention «nom connu de la rédaction»), l'identification aurait été quasi impossible. Le Conseil de la presse a cependant rejeté la plainte: il estime que les deux femmes avaient recherché volontairement la publicité par leur action médiatisée au centre de Zurich et ne pouvaient en appeler à la protection de leur identité, autrement dit de leur sphère privée.

#### [Prise de position 52/2021](#)

La «Neue Zürcher Zeitung» avait évoqué sur Twitter la manifestation «Home-Office-Demo» #NoLiestal, une contre-manifestation digitale organisée en réaction à la manifestation des opposants aux mesures anti-Covid de Liestal. L'article évoquait la femme qui avait été la plus active à la manifestation en ligne avec plus de 800 tweets et retweets. La NZZ citait son nom et son prénom. L'intéressée a porté plainte auprès du Conseil de la presse. Elle invoque ne pas être une personne publique et qu'il ne se justifie donc pas de publier son nom.

Le Conseil de la presse est fermement convaincu que la protection de la sphère privée revêt une grande valeur, surtout à l'âge des réseaux sociaux. Mais à la différence de Facebook, dont les utilisateurs s'adressent à un nombre limité de personnes plus ou moins connues, Twitter est une plateforme de communication publique. Chaque tweet peut être vu partout dans le monde et par tout un chacun. Qui participe à une

opération sur Twitter en indiquant clairement son nom ne peut invoquer la protection de sa sphère privée. Le Conseil de la presse a rejeté la plainte.

[Prise de position 65/2021](#)

- La personnalité et la sphère privée sont des biens précieux qu'il s'agit de protéger. Le Conseil de la presse a ainsi rappelé à l'ordre le «Blick» parce qu'il avait publié trop de détails sur la victime d'un homicide ([prise de position 45/2021](#)). «Republik» a lui aussi été réprimandé pour avoir rendu public le nom d'un médecin de la clinique de cardiologie de Zurich ([prise de position 77/2021](#)). Lors de manifestations, la situation n'est toutefois pas la même: les choses se passent publiquement, raison pour laquelle la protection de la personnalité et de la sphère privée est limitée au plan de l'éthique des médias (voir directive 7.2).

### **Séparation entre rédaction et publicité**

La «Schweizer Illustrierte» (SI) avait publié la description de quatre fermes suisses exemplaires. Une plainte a été adressée à leur sujet au Conseil de la presse, invoquant qu'Agro-Marketing Suisse avait versé de l'argent pour cette série de reportage. Les articles de la SI ne citaient pourtant aucun financement. Seul le dernier portait la mention «en collaboration avec Agro-Marketing Suisse et l'Union suisse des paysans».

Le Conseil de la presse a rappelé la «Schweizer Illustrierte» à l'ordre parce que les articles rédactionnels doivent tous, sans exception, être strictement séparés de la publicité. Lorsque des contenus sont financés de quelque manière que ce soit, le lecteur doit pouvoir le constater facilement.

[Prise de position 27/2021](#)

À l'approche de la votation sur la carte d'identité électronique (E-ID), «blick.ch» a publié un article, dans la mise en page usuelle du «Blick», intitulé «Darum brauchen wir eine elektronische Identität» (pourquoi nous avons besoin d'une identité électronique). Il s'agissait en fait de publicité non caractérisée comme telle. On pouvait seulement lire dans la ligne des auteurs, en petits caractères pouvant passer inaperçu, «in Kooperation mit ...» (en coopération avec...). Le Conseil de la presse a reçu une plainte critiquant le fait que cet article payé ne se distinguait pas clairement de la partie rédactionnelle et n'était pas déclaré en tant que publicité. Le Conseil de la presse a rappelé à l'ordre «blick.ch», parce que le journal en ligne avait porté atteinte au devoir de séparer clairement partie rédactionnelle et publicité. Il soulignait en particulier le caractère grave de l'atteinte dû au fait qu'il s'agissait de publicité politique précédant une votation.

La rédaction avait toutefois réagi d'elle-même et amélioré la caractérisation de l'article quelques jours plus tard. Dans la version finale, le début du texte indique clairement qu'il s'agit de publicité politique, et les deux lignes des auteurs comportent la mention que l'article est payé et présenté par (...). Le Conseil de la presse a explicitement félicité «blick.ch» pour cette version. Elle assure la transparence nécessaire au bon endroit.

[Prise de position 28/2021](#)

► Ces dernières années, le Conseil de la presse a plusieurs fois exprimé son inquiétude au sujet de ce qu'on appelle le Native Advertising. En 2021, seules les deux plaintes citées ont abordé le sujet. L'année d'avant, on en comptait six. L'avenir dira si la tendance se maintient. L'ajustement opéré a posteriori par «blick.ch» montre qu'il est tout à fait possible d'adopter un comportement correct en matière de Native Ads.

## **Discrimination**

La NZZ a publié sur sa page «Opinion» le commentaire d'une journaliste s'exprimant en termes critiques sur le comportement adopté à l'égard des enfants trans. Elle y défendait l'avis que la tendance actuelle – spécialement en Allemagne – consiste à donner suite au désir des enfants qui souhaitent changer de sexe sans le remettre en question. Le traitement qu'on leur dispense ensuite, avec des «bloqueurs de puberté», nuit selon elle aux enfants. Le Conseil de la presse a reçu une plainte au sujet de ce texte, qui reproche à l'auteur d'affirmer des faits erronés et sans preuve, de mal utiliser des sources, de mêler compte rendu et commentaire et de discriminer les personnes trans.

Le Conseil de la presse a rejeté la plainte, ne voyant dans le texte aucune discrimination ni atteinte à la dignité humaine. Il souligne qu'on peut juger complètement fautive l'approche de l'auteur, l'orientation de son commentaire, mais la manière dont cette opinion conservatrice a été exprimée et publiée ne viole pas le code de déontologie des journalistes.

### [Prise de position 64/2021](#)

Un autre cas où il en allait de discrimination concernait le portail financier «Inside Paradeplatz». Le conseiller en RP Klaus J. Stöhlker avait rédigé un commentaire externe sous le titre «Kein Platz mehr für Juden im Saas Tal» (plus de place pour les Juifs dans la Vallée de Saas). Ce commentaire a fait l'objet d'une plainte: Stöhlker ferait selon la plaignante de nombreuses allusions aux «Juifs» et reprendrait des clichés et des stéréotypes courants, chose contraire au code de déontologie des journalistes. L'auteur a toutefois indiqué qu'il voulait dans son texte s'engager pour les vacanciers juifs.

Pour le Conseil de la presse, on ne peut exclure que Stöhlker partage peut-être certains stéréotypes antisémites qu'il énumère, étant donné qu'il ne s'en distancie nulle part. Le Conseil de la presse a pourtant rejeté la plainte et ce, pour trois raisons: premièrement, le Conseil de la presse ne se considère pas comme le gardien du «politiquement correct» (15/2013). Deuxièmement, une de ses principales tâches consiste à défendre le droit à la libre expression. Enfin, troisièmement, il estime l'interdiction de la discrimination n'est violée que lorsque les déclarations discriminatoires atteignent un certain degré d'intensité. Conclusion de l'organe: les clichés reproduits par Stöhlker n'arrivent pas tout à fait à ce degré, même si son texte comporte – volontairement ou non – des aspects discriminatoires. Le Conseil de la presse adjoint toutefois au rejet de la plainte une recommandation au site «Inside Paradeplatz»: le portail devrait à l'avenir consacrer davantage d'attention journalistique aux questions de discrimination.

### [Prise de position 49/2021](#)

► Le Conseil de la presse doit décider, lors de pareilles plaintes, où se situe la limite entre le droit à la liberté d'expression et l'interdiction de la discrimination au sens du code de déontologie des journalistes. La tâche n'est souvent pas facile. En utilisant l'expression «une certaine gravité», le Conseil de la presse cherche à établir la gravité d'un jugement de valeur potentiellement discriminatoire. La limite a clairement été franchie dans le cas, par exemple, de l'article satirique d'un journal local ayant comparé en toute conscience et sous une forme dégradante des réfugiés à des sangliers (49/2013). Dans le cas de «Inside Paradeplatz», l'intention de l'auteur était probablement autre, raison pour laquelle le Conseil de la presse a renoncé, de peu, à un rappel à l'ordre.

### **Vérité**

Le portail «Prime News» avait qualifié le mouvement BDS d'antisémite dans un de ses articles; BDS soutient le Boycott, le Désinvestissement et les Sanctions contre Israël. Un texte additionnel était intitulé: «Dafür steht BDS: Alter Judenhass in neuen Schläuchen» (la cause de BDS: revêtir l'antisémitisme d'habits neufs). Le journaliste y rapprochait la position de BDS de la persécution des Juifs par les nationaux-socialistes et le boycott des entreprises juives sous le Troisième Reich. Un membre de BDS a porté plainte.

Le Conseil de la presse a tranché: «Prime News» a porté atteinte au devoir de vérité inscrit dans le code de déontologie des journalistes. D'abord parce que l'article établissait un parallèle mensonger entre l'antisémitisme des nazis et les activités de BDS. Ensuite aussi parce que le journaliste a omis de relativiser la grave accusation de haine envers les juifs en donnant la parole aux voix contraires d'experts et d'institutions. Le Conseil de la presse n'avait pas à décider si BDS est antisémite ou non. Il avait seulement à apprécier la question de savoir si le journaliste a parlé de BDS, de son attitude et de ses buts conformément à son devoir de vérité.

[Prise de position 44/2021](#)

► La 3e chambre s'est penchée par deux fois sur ce cas et elle est parvenue chaque fois à la même conclusion. La deuxième discussion a été occasionnée par un rapport sur un postulat que le Conseil fédéral a publié juste avant la première discussion, raison pour laquelle la chambre n'en avait pas connaissance. Le rapport traite des champs d'application possibles de la définition de travail de l'antisémitisme de l'International Holocaust Remembrance Alliance (IHRA). Selon le Conseil fédéral, cette définition juridiquement non contraignante peut servir de base en Suisse pour identifier les incidents antisémites. Le Conseil de la presse s'est penché sur la définition de l'IHRA de manière approfondie. Il estime qu'elle est un instrument qui ne se prête que moyennement à la pratique journalistique.

## **IV. Changement dans l'organisation du Conseil de la presse**

Début 2021, diverses modifications sont entrées en vigueur, qui conféraient davantage de compétences au secrétariat de direction (voir le rapport annuel 2020). Le but de cette réforme était d'aménager les processus au sein du secrétariat de manière plus efficace au vu de ses ressources limitées. La directrice du secrétariat devait notamment pouvoir décider en toute autonomie de l'entrée en matière, ou non,

sur une plainte. Elle devait également pouvoir rédiger elle-même les prises de position du Conseil de la presse sur les cas qui ne seraient pas attribués à une chambre, sans y associer la présidence.

Le Conseil de fondation a adopté la réforme en supposant que le secrétariat de direction pourrait être étoffé en 2021, parce qu'il escomptait des moyens financiers de la Confédération. Mais le référendum a été saisi, avec succès, contre le projet de loi correspondant (le projet a échoué dans les urnes en février 2022).

Dès le printemps 2021, il était clair que la réforme soulevait des problèmes. Pour empêcher que la directrice ne devienne la cible de plaignants quérulants, le Conseil de fondation a annulé la modification du règlement à l'automne 2021. Les décisions de non-entrée en matière et les cas simples continuent donc d'être discutés par la présidence, composée de la présidente, des deux vice-présidents et de la directrice. Toutes les prises de position et les décisions de non-entrée en matière restent présentées au Conseil de la presse en plenum.

La procédure du Conseil suisse de la presse est en principe gratuite pour les particuliers. Quelques plaignants se sont cependant mis à porter plainte de plus en plus souvent, chose qui peut amener le Conseil de la presse à ses limites. C'est pourquoi le règlement a été complété: les particuliers doivent participer aux coûts à concurrence de 500 francs à partir de leur troisième plainte par année civile, de 1000 francs à partir de leur quatrième plainte. Pour le reste, les règles sont inchangées: les plaignants qui se font représenter par un avocat, les organisations, les entreprises et les institutions se voient facturés une participation aux frais de 1000 francs.

Au Conseil de fondation selon l'art. 21 du Règlement du CSP

Susan Boos, Présidente Conseil suisse de la presse, [susan.boos@presserat.ch](mailto:susan.boos@presserat.ch)