



L'AVENIR DU
RÉSEAU RÉGIONAL
DE FRANCE 3



L'AVENIR DU RÉSEAU RÉGIONAL DE FRANCE 3

Première organisation de la profession, le Syndicat National des Journalistes a présenté son projet éditorial pour France Télévisions en janvier 2014. Aujourd'hui nous souhaitons préciser nos propositions pour le réseau régional de France 3.

En quelques années, la mission régionale de France 3 est devenue floue. Sur 24 heures d'antenne chaque jour, à peine 40 minutes sont des éditions d'information de proximité. Sur le terrain, les téléspectateurs le remarquent, nous interpellent et déplorent cette diminution progressive.

« La chaîne préférée » des Français navigue à vue. La mission confiée fin 2013 à Mme Anne Brucy a le mérite de poser le problème, nous souhaitons qu'elle permette de dégager les grandes lignes d'un projet fédérateur et mobilisateur.

RÉGIONAL... MAIS DE LOIN

Premier élément intéressant, ce rapport demandé par le ministère de la Culture à Mme Brucy amène les dirigeants de France TV à communiquer leur « vision » de France 3... à défaut de proposer un projet.

L'interview du directeur de l'antenne et des programmes, Thierry Langlois, dans le magazine *Le Point* du 30 janvier 2014, est éclairante. « France 3, déclare-t-il, est une chaîne nationale à vocation régionale et locale. (...) Nous travaillons

depuis deux ans sur l'augmentation de l'aspect régional dans nos programmes nationaux ».

Pour nos dirigeants, France 3 est donc une chaîne nationale avec un « aspect régional ». Une rose des sables qui a l'aspect d'une fleur, mais sans couleur ni parfum.

Et le directeur de l'antenne et des programmes de renchérir : « Il est déterminant pour nous que France 3 garde ce qui fait son ADN et sa légitimité. Que ce soit un programme 100 % régional (les décrochages) ou l'aspect régional d'un programme national », et de citer en exemple Midi en France, Météo à la carte, Les carnets de Julie : des émissions nationales tournées en région.

« Nous travaillons sur une émission sur la brocante, à forte connotation régionale, et nous avons repositionné Thalassa sur des problématiques françaises. Et nous allons plus loin puisque même nos fictions ont désormais une coloration régionale affirmée (Le sang de la vigne, la nouvelle collection Meurtres à...). »

LE DÉSÉQUILIBRE RÉGIONAL/ NATIONAL

Finalement, toute émission, tout magazine, documentaire, réalisés hors Paris serait un programme régional. Un peu court, comme principe. Libre à nous de penser qu'il s'agit surtout de fabriquer un discours a posteriori pour combler une absence de politique éditoriale.

Lorsque le journaliste du *Point* lui fait remarquer que le budget alloué aux programmes régionaux représente 50 %

Sommaire

L'AVENIR DU RÉSEAU RÉGIONAL DE FRANCE 3	3
L'ÉVOLUTION DE FRANCE 3	5
LE CONSTAT EUROPÉEN & INTERNATIONAL	6
VALORISER L'INFORMATION RÉGIONALE	7
LES RÉDACTIONS NATIONALES	8
PROGRAMMES RÉGIONAUX	9
DÉVELOPPEMENT DU NUMÉRIQUE	10
L'INVESTISSEMENT TECHNIQUE	11
ORGANISATION DU TRAVAIL	12
EN CONCLUSION	14
CHARTRE D'ETHIQUE	15

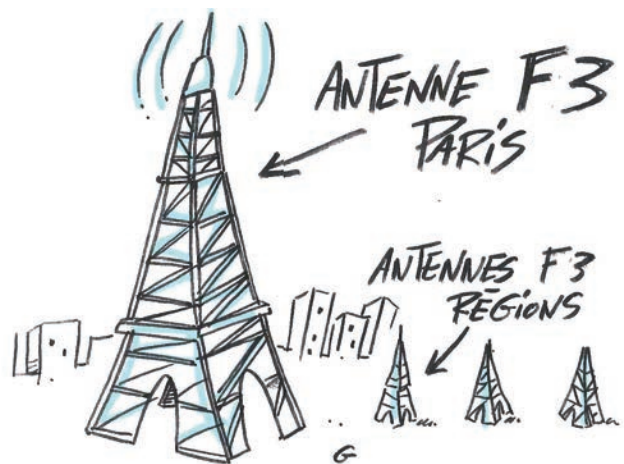
du budget total, alors que la part régionale mise à l'antenne n'est que de 11,5 %, Thierry Langlois botte en touche. Quant à transformer France 3 en chaîne régionale avec des décrochages nationaux : « *De mon point de vue, assène-t-il, ce n'est pas nécessairement la bonne réponse* »... La messe est dite, Paris parle à la province.

Nous ne nous appesantirons pas sur d'autres prises de parole : parfois dans les CCE, plus souvent en « petit comité », ces mêmes responsables expriment ouvertement leur dédain pour ce qui vient des régions. Les blocages internes pour une télévision régionale semblent

réels et profonds au sein même de la direction de France Télévisions.

La mission régionale de France 3 est pourtant clairement définie. Il existe une demande forte des citoyens, souvent relayée par les politiques. Depuis de nombreuses années, la chaîne recrute et investit dans les stations régionales. Paradoxalement, les territoires ne trouvent toujours pas leur place à l'antenne. La chaîne reste prioritairement pilotée de Paris, un entre-soi où les renvois d'ascenseur et les dépenses inutiles s'étalent dans la presse. ■

Pour le SNJ, il est aujourd'hui impératif de sortir France 3 et ses régions du carcan où elles sont prisonnières. Nous sommes convaincus de la nécessité d'une refondation profonde des équilibres entre programmes régionaux et nationaux.



L'ÉVOLUTION DE FRANCE 3

France 3 est physiquement présente sur l'ensemble des territoires de la France métropolitaine. Comme le rappelle le député Stéphane Travert dans son rapport remis en novembre 2013, l'ouverture du bureau de Mende en 2011 permet au réseau France 3 d'être présent dans la quasi-totalité des départements de l'hexagone. La chaîne investit en personnel et en matériel pour répondre à son cahier des charges (une des plus grandes rédactions d'Europe avec 1500 journalistes), mais paradoxalement l'entreprise ne valorise pas cet investissement à travers les programmes.

La création d'implantations sur les territoires et la fabrication de programmes semblent dissociées. Les implantations répondraient à une demande politique, la définition et la fabrication des programmes restant, elles, concentrées entre les mains d'un petit cercle de « professionnels parisiens ».

PERTE D'IDENTITÉ, PERTE D'AUDIENCE

2011, c'est aussi l'année où France 3 a été rétrogradée au 4^e rang des chaînes, en matière d'audience. Un accident industriel, un écart qui se renforce et interroge : pourquoi ?

Pourquoi une telle absence de projet fédérateur, de **réactivité et de créativité** ?

Le 19/20 régional reste pourtant un des

« pics » d'audience de la chaîne : dans certaines régions, ce rendez-vous d'information permet à France 3 de devancer toutes les autres chaînes.

Un exploit, tant l'information régionale a été malmenée par les directions successives. La durée des JT a été réduite. Des éditions locales ont été priées de disparaître pendant les vacances scolaires ! D'autres éditions sont cantonnées à des horaires de diffusion inadaptés, ou purement et simplement déprogrammées.

L'information de proximité est une mission de service public pour le développement des territoires, elle répond à une attente de nos concitoyens. Hélas, elle est devenue la variable d'ajustement budgétaire de France Télévisions. Entre 1987 et 2014 les antennes régionales de France 3 ont perdu 50 % de leurs créneaux de diffusion d'information dans les tranches 12h-14h et 19h-20h. ■

LE CONSTAT EUROPÉEN & INTERNATIONAL

Espagne, Italie, Allemagne et Angleterre : tous ces pays disposent de réseaux régionaux de télévision avec une autonomie d'antenne et des émissions en prime time. Une exposition dans le métro de Berlin à 20h pour les Berlinois... Un débat sur la crise économique en Catalogne à 20h30... ou encore la Rai qui diffuse une enquête sur les bergers et les loups dans les Abruzzes à 20h.

À l'image des télévisions locales américaines et canadiennes, les télévisions européennes régionales ont un tronc commun, un flux quotidien fabriqué par la chaîne-mère, qui diffuse un programme (informations, films, documentaires, émissions...) sur lequel les télévisions locales prennent l'antenne quand elles le souhaitent, en fonction de leurs choix éditoriaux et de leurs moyens.

La France est donc l'un des seuls grands pays d'Europe à ne pas proposer d'émissions régionales en première partie de soirée.

Le SNJ revendique plus d'autonomie éditoriale pour les 24 antennes régionales de France 3 et une continuité des éditions d'information 365 jours par an.

Pour le SNJ, l'une des causes principales des difficultés de France 3 repose sur l'absence des territoires et de la proximité en prime time.

Aujourd'hui, lorsqu'un arbitrage est fait, il l'est quasi-systématiquement au détriment de la proximité. Exemple : la rediffusion des éditions locales à 20h est supprimée, alors qu'elles avaient trouvé leur public ; les éditions locales sont fermées ou réduites pendant les vacances scolaires pour faire des économies ; la répartition des retransmissions sportives multi-régionales (type Coupe de France de foot) est pilotée depuis Paris. Les exemples sont nombreux, tant les règles, les contrôles et les contraintes se sont multipliés vis-à-vis des régions, déroutant les téléspectateurs et faisant peser sur les salariés un lourd sentiment d'exclusion.

Pour le SNJ, France 3 doit être une chaîne généraliste, avec une priorité donnée à l'information et une antenne rééquilibrée entre local, régional et national.

VALORISER L'INFORMATION RÉGIONALE

Le SNJ défend un développement de l'information des territoires qui se concrétise par :

- Un rééquilibrage de la tranche 18h45/20h30 entre les éditions d'information régionales et locales et les éditions nationales.
- Plus d'autonomie des décrochages régionaux (prises d'antennes exceptionnelles).
- Plus d'autonomie pour la réalisation de magazines des rédactions dans chaque antenne (choix des sujets et des horaires de diffusion, c'est-à-dire la réalité des territoires proposée au meilleur moment).

Cette priorité à l'information des territoires et à l'autonomie éditoriale des antennes régionales doit permettre de relancer des projets rédactionnels qui aujourd'hui ont disparu. Dans le cadre de cette redynamisation, il nous semble nécessaire de :

- Renforcer l'édition du midi. Des infos du jour avec éventuellement un direct et une écriture plus magazine (rencontre, découverte, histoire des territoires...).
- Aménager un créneau plateau pour des débats avec le tissu sociétal local. Cela peut être l'occasion de proposer une émission du matin, comme cela existe déjà dans le pôle Nord-Est.

- Elargir les contenus des éditions aux bassins de vie européens pour les rédactions frontalières.
- Repenser l'offre des éditions locales en fonction de l'évolution de leur territoire et de leur capacité de diffusion.

En synthèse, France 3 fabrique et diffuse un « fil » national avec ses rendez-vous d'informations nationales, internationales, sportives et ses programmes. Sur cette colonne vertébrale, les antennes régionales peuvent prendre la main pour diffuser leurs éditions d'information et leurs programmes aux créneaux horaires les plus favorables. Elles décident des moments les plus opportuns pour les prises d'antenne exceptionnelles. Une inversion des valeurs, un rééquilibrage crucial, pour marquer fortement l'identité informative et régionale de France 3. Poursuivre la décentralisation avec une chaîne appuyée sur ses territoires. ■

LES RÉDACTIONS NATIONALES

Pour le SNJ, développer la présence à l'antenne du réseau régional et local de France 3 ne signifie pas affaiblissement des rédactions nationales, de France 3, des sports et du numérique. Elles sont indispensables pour fabriquer le fil, la colonne vertébrale comprenant des éditions qui traitent de l'information nationale, européenne, internationale et sportive, et ce sur tous les supports. S'agissant plus particulièrement du projet de fusion des rédactions de France 2 et de France 3 contenu dans le projet « Info 2015 », le SNJ rejette cette vision de l'information proposée par la direction. Pour le SNJ, le pluralisme passe par des structures éditorialement indépendantes.

La lecture du projet « Info 2015 » montre que, pour la direction de France TV, le « journaliste artisan », celui qui apporte une idée, mène une réflexion, la transforme en reportage et assume la responsabilité finale du récit (que ce soit vis-à-vis du public, de ses confrères, ou des sujets de ses reportages), ce journaliste-là aurait vécu.

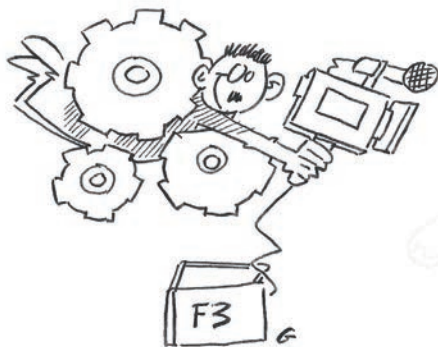
PAS DE FRANCE 3 SANS RÉDACTION NATIONALE

Place à l'ouvrier spécialisé de l'usine d'info, la news factory : un « journaliste » hors sol qui « boutique » des reportages sur la base d'éléments (itw, images) fabriqués par d'autres, en suivant les directives précises de sa

hiérarchie (angles rigides et pré-déterminés, casting précis des intervenants, discours pré-établi, etc...).

Une dérive déjà dénoncée avec force par le projet éditorial du SNJ mais également par l'ensemble des correspondants régionaux de France 2. ■

Pour le SNJ, le journaliste professionnel, pleinement responsable de son travail est la base, le garant de l'information d'une société démocratique. Que des responsables du service public le remettent en cause, dans la plus grosse entreprise de presse du pays (3000 journalistes) nous semble lourd de menaces.



PROGRAMMES RÉGIONAUX

Militer pour des programmes régionaux ne signifie pas rejeter les programmes nationaux, mais redonner là encore, une réelle place aux territoires dans la fabrication et la diffusion.

Pour des raisons de coûts, le gouvernement n'entend pas généraliser l'exemple de *Via Stella*, la télévision corse de plein exercice, et nous le regrettons. Pour autant, de nombreux enseignements peuvent en être tirés, et tout particulièrement en matière de programmes régionaux.

Aujourd'hui, l'entreprise communique sur le nombre d'heures de diffusion de programmes régionaux. Mais il s'agit en grande partie de rediffusions, ou de multidiffusions (sujets tournés dans d'autres régions et multidiffusés sur les territoires), voire d'émissions nationales tournées en régions. Ou encore de programmes de pôles, qui pour la plupart n'ont pas de réalité territoriale et culturelle et peinent donc à trouver un public.

L'ÉCHEC DES PÔLES

Il s'agissait avant tout pour France Télévisions de mutualiser les moyens, afin de supprimer des emplois. Aberration du système, d'un côté des emplois productifs sont supprimés (combien de programmes mis à l'antenne par les précaires aujourd'hui écartés des plan-

nings?) et de l'autre on crée des postes de cadres liés à l'apparition des pôles : directeurs d'antenne, responsables de communication, responsables des ressources humaines...

Aujourd'hui, nos capacités à réaliser des programmes en régions sont limitées. Pourtant, certaines antennes disposent encore de quelques moyens, et la filière production pourrait, elle aussi, participer davantage à la création de programmes régionaux. Une partie des budgets alloués aux émissions nationales fabriquées par des producteurs privés pourrait être redéployée. Seulement, ces moyens paraissent insuffisants pour augmenter de manière significative le nombre d'heures de programmes fabriqués en région.

En conséquence, le SNJ estime nécessaire de rechercher des moyens additionnels en développant des partenariats et des coproductions régionales sur des projets précis. *Via Stella* est à ce titre un exemple parfaitement efficace et validé depuis plusieurs années.

Une relance des programmes régionaux sera de nature à renforcer notre positionnement et permettra d'initier une dynamique commerciale en région. Une façon pertinente d'augmenter nos ressources financières.

Cette démarche pour les programmes nécessite de garantir l'indépendance de l'information et donc de sanctuariser les éditions, émissions et magazines d'information en les finançant exclusi-

vement par le budget de France Télévisions. Une nécessité pour garantir l'honnêteté et l'indépendance de l'information fabriquée et diffusée par France 3. Une information au service du citoyen, indépendante de toute influence, tant politique qu'économique. ■

DÉVELOPPEMENT DU NUMÉRIQUE

Le développement du numérique en régions (éditions Internet) doit être poursuivi. Aujourd'hui, l'objectif minimal de trois personnes planifiées par jour sur l'édition info web régionale n'est assuré ni dans toutes les antennes, ni 365 jours par an. Un minimum qui semble également insuffisant pour une politique de développement sensible du numérique en région.

En ce qui concerne la créativité, l'auto-

nomie des antennes doit permettre le développement de projets rédactionnels spécifiques, en s'appuyant sur de nouvelles écritures : directs, magazines web, web-documentaires, contributions extérieures, relations avec le public.

PAS DE SOUS-JOURNALISME

Par ailleurs, le fonctionnement à flux tendu impose aux journalistes un rythme de diffusion très rapide, sur lequel il convient d'être vigilant. Que ce soit en matière de stress au travail, mais aussi et surtout de vérification de l'information diffusée.

Face à la masse d'informations disponibles, notamment à travers les réseaux sociaux qui explosent, il convient de réaffirmer la prééminence et de donner les moyens à une information transmise par des journalistes, c'est-à-dire collectée, contrôlée, vérifiée et signée. ■

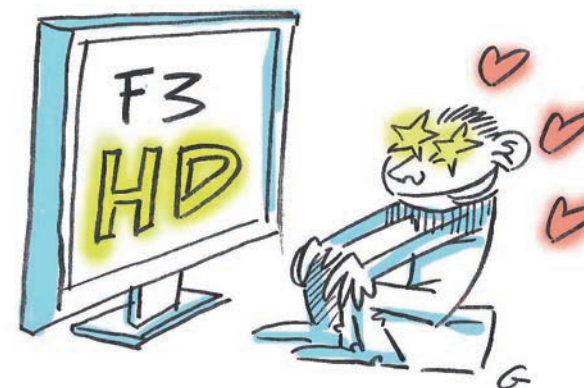
L'INVESTISSEMENT TECHNIQUE

En ce qui concerne l'investissement technique, France 3 doit se fixer des priorités. Pour le SNJ, le premier choix à faire est celui du tournage et de la diffusion en Haute Définition. Que ce soit pour l'antenne nationale ou les antennes régionales, cette décision est cruciale. Les téléviseurs sont de plus en plus performants. France 2, TF1, M6, Arte diffusent en HD, ce qui « ringardise » l'antenne de France 3.

Ce choix technique est un choix stratégique. En matière de télévision, la forme est au moins aussi importante que le fond. Un calendrier pour un projet de déploiement doit être établi.

Par ailleurs, de nombreuses décisions posent question, que ce soit pour le matériel de reportage, de fabrication ou

de diffusion. Le SNJ rejette la télévision « low cost », mais aussi la lourdeur de certains choix techniques. Tout se passe comme s'il n'y avait pas de juste milieu entre un matériel amateur inadapté et un matériel professionnel hors de prix et surdimensionné. Plus largement, les processus de sélection des matériels sont opaques, ils doivent être redéfinis pour répondre aux besoins des utilisateurs. ■



ORGANISATION DU TRAVAIL

Ce qui fait la différence entre la réussite et l'échec d'un projet, c'est la manière dont l'entreprise mobilise ses salariés. France 3 n'échappe pas à cette règle fondamentale. Fabriquer des émissions, des reportages, nécessite un travail collectif qui peut se définir en trois mots : **coopération, créativité, réactivité.**

Depuis plusieurs années, les réformes successives de France 3 ont créé un millefeuille organisationnel incompréhensible et inadapté.

À la fin des années 90, la direction instaure à France 3 une organisation par objectifs. Celle-ci dégrade les rapports sociaux dans l'entreprise et valorise la docilité et l'obéissance (objectifs individualisés et secrets, financement de primes d'objectifs par les économies réalisées dans les services...).

CADRES EN HAUSSE, PRODUCTION EN BAISSÉ

À cette organisation s'est ajoutée en 2010, lors de la création de l'entreprise unique et des pôles, une organisation matricielle qui a dilué les responsabilités, augmenté le nombre de fonctions de contrôle et de coordination et semé la confusion.

Au final, nous produisons moins, pas mieux et pour plus cher.

Nous produisons moins : l'augmentation du nombre d'heures de diffusion

« régionales » est liée en grande partie à la multidiffusion et à la rediffusion de programmes de pôles. La part de rediffusion est passée de 10,7 % en 2010 à 24,1 % en 2012.

Nous ne produisons pas mieux : les audiences sont en baisse et les équipes de France 3 désorientées par les choix éditoriaux. Selon une étude européenne citée par le rapport Truvert, France Télévisions figure parmi les groupes audiovisuels publics les moins performants entre 2001 et 2011.

Nous produisons pour plus cher : si la multidiffusion a fait baisser les coûts de grille, la nouvelle organisation par pôle a augmenté les charges. En 2009, les charges du réseau régional de France 3 étaient de 409,4 millions d'euros. En 2012, elles atteignent 429,7 millions d'euros, soit une augmentation de plus de 20 millions d'euros en trois ans.

LE POIDS DE LA STRUCTURE

Après une légère baisse dans les pôles entre 2010 et 2011, la masse salariale des cadres de direction est répartie à la hausse entre 2011 et 2012. Une augmentation moyenne de 5,71 % sur les quatre pôles de France 3, avec des pointes à plus de 9 % dans les pôles Sud-Ouest et Sud-Est, le Siège étant lui en augmentation constante sur la période. Une augmentation significative et pourtant encore en dessous de la réalité. Opportunément, l'entreprise ne comptabilise pas les « journalistes cadres de

direction » dans ces moyennes ; ils sont affectés dans le pot commun journalistes. Sur les quatre pôles cela représente entre 30 et 40 postes (directeurs de pôle, adjoints, directeurs d'antenne, directeurs des programmes).

Aux salaires de ces cadres de direction s'ajoutent les charges induites (création de bureaux, voitures, frais de déplacement, etc...). Une structure hors de prix et étouffante.

Une augmentation des charges à mettre en parallèle avec la diminution de notre capacité de production par la suppression de 35 634 jours d'emplois non permanents entre 2011 et 2012 (-7,87 %).

Pour le SNJ, il est impératif de :

- Redéfinir un organigramme souple pour chaque antenne. Une organisation du travail qui réduit les emplois de contrôle et de coordination et permet de réorienter les moyens vers les emplois de production. Une réflexion sur le redéploiement de postes d'encadrement est indispensable.
- Simplifier les processus de décision. Pour développer l'autonomie des antennes, il faut une organisation légère, avec des circuits de prise de décision courts, qui responsabilisent les acteurs de terrain dans des projets fédérateurs et régulièrement réactualisés.
- Mettre en œuvre une organisation qui favorise le travail collectif et valorise la réactivité et la créativité, une organisation par projet. ■

EN CONCLUSION

À côté des réseaux dits de « flux tendus », qui pourraient être comparés à France Info, le projet éditorial que nous défendons pour France 3 est celui d'une chaîne nationale généraliste de plein exercice qui valorise son réseau régional et renforce son antenne nationale. Le succès des soirées consacrées aux élections municipales sur France 3 (plus de 4 millions de téléspectateurs en moyenne le 30 mars 2014) est pour nous exemplaire.

Si le réseau régional de France 3 répond aux besoins d'informations locales, d'analyse et de connaissance des habitants de chaque territoire, son développement doit se faire avec l'antenne et la rédaction nationales de France 3.

Un projet pour une chaîne ouverte, curieuse et sensible, fondée sur les territoires.

Forte de son réseau, fenêtre ouverte sur les territoires, France 3 a tous les atouts pour réussir. Par sa singularité, elle est une chaîne de télévision indispensable au fonctionnement de notre société démocratique, et ce d'autant plus « qu'explorent » les moyens de communication. Le Syndicat National des Journalistes la défendra tout comme nous défendons les rédactions de la presse régionale, particulièrement menacées.

« L'exercice de la mission de proximité et de la présence territoriale constitue un objectif incontestable du service public. (...) Cette mission est d'autant plus incontournable et nécessaire que les autres médias locaux, presse quotidienne régionale et chaînes locales privées, traversent une crise si grave que leur pérennité ne paraît pas garantie ».

Nous souscrivons à cette assertion et saluons la qualité du travail de la commission des Affaires culturelles et de l'éducation et de son rapporteur, le député Stéphane Travert, dans le projet de loi de finances pour 2014. ■



**SNJ France Télévisions,
mars 2014**

**Illustrations Gaston
Graphisme Shuana NDIAYE
shuana@free.fr**

CHARTRE D'ETHIQUE PROFESSIONNELLE DES JOURNALISTES

SNJ 1918/1938/2011

Le droit du public à une information de qualité, complète, libre, indépendante et pluraliste, rappelé dans la Déclaration des droits de l'homme et la Constitution française, guide le journaliste dans l'exercice de sa mission. Cette responsabilité vis-à-vis du citoyen prime sur toute autre.

Ces principes et les règles éthiques ci-après engagent chaque journaliste, quelles que soient sa fonction, sa responsabilité au sein de la chaîne éditoriale et la forme de presse dans laquelle il exerce.

Cependant, la responsabilité du journaliste ne peut être confondue avec celle de l'éditeur, ni dispenser ce dernier de ses propres obligations.

Le journalisme consiste à rechercher, vérifier, situer dans son contexte, hiérarchiser, mettre en forme, commenter et publier une information de qualité; il ne peut se confondre avec la communication. Son exercice demande du temps et des moyens, quel que soit le support. Il ne peut y avoir de respect des règles déontologiques sans mise en œuvre des conditions d'exercice qu'elles nécessitent.

La notion d'urgence dans la diffusion d'une information ou d'exclusivité ne doit pas l'emporter sur le sérieux de l'enquête et la vérification des sources.

La sécurité matérielle et morale est la base de l'indépendance du journaliste. Elle doit être assurée, quel que soit le contrat de travail qui le lie à l'entreprise.

L'exercice du métier à la pige bénéficie des mêmes garanties que celles dont disposent les journalistes mensualisés.

Le journaliste ne peut être contraint à accomplir un acte ou exprimer une opinion contraire à sa conviction ou sa conscience professionnelle, ni aux principes et règles de cette charte.

Le journaliste accomplit tous les actes de sa profession (enquête, investigations, prise d'images et de sons, etc...) librement, a accès à toutes les sources d'information concernant les faits qui conditionnent la vie publique et voit la protection du secret de ses sources garantie.

C'est dans ces conditions qu'un journaliste digne de ce nom :

- Prend la responsabilité de toutes ses productions professionnelles, mêmes anonymes;
- Respecte la dignité des personnes et la présomption d'innocence;
- Tient l'esprit critique, la véracité, l'exactitude, l'intégrité, l'équité, l'impartialité, pour les piliers de l'action journalistique; tient l'accusation sans preuve, l'intention de nuire, l'altération des documents, la déformation des faits, le détournement d'images, le mensonge, la manipulation, la censure et l'autocensure, la non vérification des faits, pour les plus graves dérives professionnelles;
- Exerce la plus grande vigilance avant de diffuser des informations d'où qu'elles viennent;
- Dispose d'un droit de suite, qui est aussi un devoir, sur les informations qu'il diffuse et fait en sorte de rectifier rapidement toute information diffusée qui se révélerait inexacte;
- N'accepte en matière de déontologie et d'honneur professionnel que la juridiction de ses pairs; répond devant la justice des délits prévus par la loi;
- Défend la liberté d'expression, d'opinion, de l'information, du commentaire et de la critique;
- Proscrit tout moyen déloyal et véniel pour obtenir une information. Dans le cas où sa sécurité, celle de ses sources ou la gravité des faits l'obligent à taire sa qualité de journaliste, il prévient sa hiérarchie et en donne dès que possible explication au public;
- Ne touche pas d'argent dans un service public, une institution ou une entreprise privée où sa qualité de journaliste, ses influences, ses relations seraient susceptibles d'être exploitées;
- N'use pas de la liberté de la presse dans une intention intéressée;
- Refuse et combat, comme contraire à son éthique professionnelle, toute confusion entre journalisme et communication;
- Cite les confrères dont il utilise le travail, ne commet aucun plagiat;
- Ne sollicite pas la place d'un confrère en offrant de travailler à des conditions inférieures;
- Garde le secret professionnel et protège les sources de ses informations;
- Ne confond pas son rôle avec celui du policier ou du juge.



SNJ France Télévisions
Bureau D142
7, esplanade Henri-de-France,
75015 Paris
Tél : 01 56 22 88 28
snj@francetv.fr
www.snj-francetv.fr
twitter : @SNJ_FTV

SNJ, siège national
33, rue du Louvre, 75002 Paris
Tél : 01 42 36 84 23
snj@snj.fr
www.snj.fr
twitter : @SNJ_national

