

Adoption d'une « Charte des antennes » au sein du groupe France Télévisions

La société de télévision publique vient d'adopter une « Charte des antennes », la première échafaudée par un groupe audiovisuel en France, a annoncé son président-directeur général Rémy Pflimlin. Le texte rappelle les « règles éthiques » et les « missions de service public » qui s'imposent aux chaînes de la holding, parmi lesquelles l'« honnêteté de l'information », la « transparence », l'« indépendance et le pluralisme de l'information », ainsi que « la représentation de la diversité de la population française ». Face à la multiplication des sources d'information, en particulier internet, et l'utilisation des moteurs de recherche, la Charte rappelle que les journalistes sont tenus de vérifier « toute information » avant sa présentation à l'antenne, ainsi que toutes les images destinées être diffusées : « les journalistes veillent à l'adéquation entre les images diffusées et les sujets qu'elles sont censées illustrer ». Afin de préserver l'indépendance des professionnels de France Télévisions, la Charte prévoit que ceux-ci doivent éviter « toute situation qui pourrait jeter un doute sur l'impartialité de l'entreprise et sur son indépendance par rapport aux groupes de pression idéologiques, politiques, économiques, sociaux ou culturels ». Les salariés doivent également être vigilants, dans l'utilisation qu'ils peuvent faire des blogs et des réseaux sociaux, au « respect des règles professionnelles et déontologiques », et à ne pas compromettre « leur crédibilité ou celle de l'entreprise ». Ceux-ci doivent « veiller à éviter toute publicité clandestine » et refuser « argent, cadeau, gratification, voyage, séjour touristique ou autre faveur ou avantage de quelque nature que ce soit risquant d'hypothéquer son indépendance et sa crédibilité ». Des extraits de cette Charte seront intégrés à la convention collective, en cours de négociation.