

Covid-19 : les audiences restent accessibles aux journalistes

Les dispositions de l'ordonnance du 25 mars 2020 qui adaptent les règles de procédure pénale à la situation sanitaire actuelle, aménagent les règles de publicité des audiences.

On le sait, la publicité est la règle, sauf lorsqu'il en va du secret de l'enquête ou qu'en raison de la nature de l'affaire, le huis clos est de droit.

L'article 7 de l'ordonnance prévoit que le président de la juridiction correctionnelle, comme celui de la chambre de l'instruction ou le juge des libertés et de la détention (JLD), peuvent, par dérogation au principe, décider que les débats se dérouleront « en publicité restreinte » ou même à huis clos, pour éviter la propagation du virus, mais que dans tous les cas, l'audience doit rester accessible aux journalistes.

Ils sont en effet la garantie de la publicité de l'audience. Réserver un banc à la presse c'est permettre la surveillance du public. Voilà ainsi consacrées, par le législateur français les fonctions de « chiens de garde de la démocratie » que leur assigne la Cour européenne de Strasbourg. Cela mérite d'être salué !

Les « journalistes » dont s'agit sont ceux déjà visés par l'article 2 de la loi de 1881 comme bénéficiaires du secret des sources ; c'est-à-dire les journalistes professionnels au sens du code du travail, qui ont droit à la carte professionnelle.

Il reste à souhaiter que des journalistes s'intéresseront aux audiences à venir...

Auteur(s) :

Basile Ader - Avocat au Barreau de Paris