

# Comité d'éthique et de déontologie du Monde

## SYNTHESE D'ACTIVITE POUR L'ANNEE 2012

Les sociétés de lecteurs, de journalistes et de personnels composant le Pôle d'indépendance du Groupe Le Monde ont voulu, en accord avec les nouveaux actionnaires majoritaires, doter le groupe d'un organe assurant le respect des principes fondateurs du *Monde* : indépendance éditoriale et qualité de l'information. Le Groupe Le Monde se dote ainsi d'une institution unique en Europe parmi les grands groupes de presse d'information générale.

Le comité d'éthique est composé comme suit :

Un président, nommé par la Société des lecteurs du *Monde* ; deux représentants de la Société des rédacteurs du *Monde* ; un représentant de la Société des rédacteurs du Monde interactif ; un représentant des Sociétés de cadres et employés du *Monde* ; un représentant de la Société des lecteurs du *Monde* ; le président du directoire de la Société éditrice du Monde SA ; le directeur du *Monde* ; la directrice de la rédaction du *Monde* ; deux personnalités extérieures nommées par le conseil de surveillance du Groupe Le Monde.

A fin décembre 2012 les membres du comité sont : Rémi Barroux, Alain Beuve-Mery, Sébastien Carganico, Louis Dreyfus, Alain Frachon, Sylvie Kauffmann, Daniel Lebègue, Jean Martin, Jonathan Parienté, Laure Penchinat, Nathalie Sonnac.

Pour l'année 2012, le comité d'éthique et de déontologie, présidé par Daniel Lebègue, s'est réuni à 3 reprises :

- le 10 février,
- le 5 juillet,
- le 11 décembre.

Lors de la première réunion, le président a souhaité que soient précisées les missions et l'organisation des travaux du comité. Il a également proposé l'élaboration d'un règlement intérieur édictant des règles de fonctionnement du comité telles que règles de discrétion et de confidentialité, de saisine, de convocation... Règlement intérieur qui a été adopté à l'unanimité lors de la réunion suivante.

Les réflexions du comité se sont organisées autour des thématiques suivantes : respect de la charte publicitaire dans le quotidien papier et numérique, conformité de l'utilisation de la marque Le Monde, application des principes de la charte de déontologie des journalistes.

Au cours de l'année écoulée, des membres du comité, représentant les sociétés de rédacteurs ou de personnels, ont souhaité porter à la connaissance du comité des faits pour examen de conformité de la charte publicitaire pour des publicités diffusées dans le quotidien papier ou dans sa version numérique. Les échanges ont permis soit d'apporter les éclaircissements nécessaires soit d'expliquer les raisons du non-respect de la charte et de prendre les mesures adéquates afin que cela ne se reproduise plus. Le cas du supplément publicitaire intitulé « Stratégies internationales. Spécial Algérie » et de certaines opérations commerciales sur le site du Monde.fr ont notamment été débattus en séance et ont pu donner lieu à publication d'un avis du comité dans le quotidien.

Le comité a également réfléchi au problème du respect de la charte de déontologie des journalistes dans le cadre de leur pratique professionnelle habituelle. La discussion, autour de cas concrets (voyages de presse, relecture d'interviews...) auxquels se trouvent confrontés les journalistes, a permis une meilleure compréhension et une meilleure application du texte de la charte.

A l'issue de chacune des réunions du comité, le président s'est félicité de la qualité des échanges et de la volonté manifestée par tous les membres à participer de façon constructive au débat, en ayant à l'esprit le seul intérêt du quotidien, son indépendance et sa réputation.