

Code de déontologie

Aperçu préliminaire

Le Code de déontologie, à l'image d'une Charte, se veut clair et accessible tant pour les professionnels des médias que pour le public. Il doit également être suffisamment complet pour couvrir les divers aspects de la pratique médiatique, offrant ainsi au Conseil de Presse les outils nécessaires pour jouer son rôle de co- ou d'autorégulateur. Ce Code établit un équilibre entre exhaustivité et lisibilité afin de guider efficacement la presse luxembourgeoise sans que sa clarté ne soit compromise par la complexité ou la densité des articles.

Le Code est conçu pour être évolutif. Des directives peuvent y être ajoutées de manière progressive, émises par le Conseil de Presse en assemblée plénière, soit de sa propre initiative, soit sur recommandation de la Commission de médiation et de plaintes. Ces directives facilitent l'interprétation et l'application des différentes dispositions du Code en s'adaptant aux besoins changeants de la profession.

Le Code se structure en deux parties :

- **Partie I** : normes et règles d'éthique professionnelle.
- **Partie II** : recommandations et directives pour l'application du Code.

Remplacement des versions antérieures

Le présent Code se substitue et annule les précédents Codes de déontologie adoptés en assemblée plénière par le Conseil de Presse, respectivement le 4 décembre 1995 et le 28 mars 2006.

Sommaire

Préambule	3
Partie I.	4
Normes et règles d'éthique professionnelle	4
Chapitre I. – Champ d'application et objet du Code de déontologie	4
Art. 1. Champ d'application	4
Art. 2. Objet.....	4
Chapitre II. – Des droits et devoirs de la presse en général	4
Art. 3. De la liberté d'expression	4
Art. 4. De l'exactitude et de la véracité	5
Art. 5. Du respect d'autrui	5
Art. 6. De l'indépendance.....	6
Chapitre III. – Des pratiques journalistiques	7
Art. 7. De l'obtention de l'information	7
Art. 8. De la présentation de l'information	8
Art. 9. De l'image, du son et de l'audiovisuel	9
Art. 10. Des procédés informatiques de génération et modification de contenus.....	9
Art. 11. Des conflits d'intérêts.....	10
Chapitre IV. – Dispositions diverses	10
Art. 12. Recommandations, directives et interprétations relatives au Code de déontologie	10
Art. 13. Publication du Code de déontologie	11
Art. 14. Entrée en vigueur	11
Partie II.	12
Recommandations et directives du Conseil de Presse	12
Ad Art. 5. Du respect d'autrui.....	12
Ad Art. 7. De l'obtention de l'information.....	13
Ad Art. 9. De l'image, du son et de l'audiovisuel.....	14

Préambule

La liberté d'expression constitue un droit fondamental et une condition essentielle à une société démocratique sans laquelle la protection des autres libertés civiques fondamentales ne saurait être assurée.

La liberté de la presse est une condition nécessaire à la sauvegarde de la liberté d'expression. Elle est déterminée par le droit du public à l'information sur des sujets d'intérêt général. De ce droit du public de recevoir des informations découlent les droits de la presse de rechercher et communiquer des informations.

La liberté de la presse implique des devoirs et des responsabilités pour les journalistes et éditeurs. Le public ne dispose pas d'un droit absolu à tout savoir, ni la presse d'un droit absolu à tout divulguer.

La presse assume ces responsabilités tout comme elle défend et use de son droit de recueillir et de publier toute information et opinion contribuant à l'éclaircissement du public sur des débats d'intérêt général.

En conséquence et en référence à l'article 23 de la Constitution luxembourgeoise, telle que modifiée, garantissant la liberté de la presse,

en considération de l'article 10 de la Convention de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales, signée à Rome le 4 novembre 1950, approuvée par la loi du 29 août 1953, arrêtant que toute restriction ou ingérence en matière de la liberté d'expression doit être prévue par la loi, poursuivre un but légitime et être nécessaire dans une société démocratique, c'est-à-dire répondre à un besoin social impérieux et être proportionnée au but légitime poursuivi,

au vu des chapitres IV et V de la loi modifiée du 8 juin 2004 sur la liberté d'expression dans les médias arrêtant les droits et devoirs découlant de la liberté d'expression dans le domaine des médias,

en application de l'article 23 de cette loi instaurant le Conseil de Presse et le chargeant d'élaborer et de publier un Code de déontologie ayant pour objet de définir les droits et devoirs des journalistes professionnel(le)s et éditeurs,

le Conseil de Presse réuni en séance plénière du 21 janvier 2025 a arrêté le présent Code de déontologie.

Partie I.

Normes et règles d'éthique professionnelle

Chapitre I. – Champ d'application et objet du Code de déontologie

Art. 1. Champ d'application

a) Les dispositions du Code de déontologie s'imposent à tous les acteurs de la presse luxembourgeoise contribuant aux publications visées par la loi modifiée du 8 juin 2004 sur la liberté d'expression dans les médias. Ces publications relèvent tant de la presse écrite que des médias audiovisuels et numériques.

b) Les destinataires du Code de déontologie sont en particulier les personnes physiques ou morales définies par la loi sous les termes d'« éditeur », de « journaliste professionnel » ou de « collaborateur ». Ils s'engagent à respecter le présent Code et à le faire connaître à tout acteur de la presse luxembourgeoise.

c) Toute autre personne amenée à diffuser de l'information est invitée à adhérer aux normes établies par ce Code.

Art. 2. Objet

a) Le Code de déontologie fixe des règles inhérentes à l'exercice de la liberté d'expression dans les médias, qui découlent des obligations de diffuser des informations vérifiées, de recueillir et diffuser les informations de manière indépendante, d'agir loyalement et de respecter les droits des personnes.

b) Le Code de déontologie permet au Conseil de Presse d'exercer ses missions d'autorégulation et d'information lui conférées par la loi.

Chapitre II. – Des droits et devoirs de la presse en général

Art. 3. De la liberté d'expression

a) La presse est guidée dans son travail par le droit du public à recevoir une information complète, libre, indépendante et pluraliste. La responsabilité de la presse vis-à-vis du public prime sur tout autre intérêt.

b) La presse défend dans ses activités une pleine liberté d'investigation, d'information, de commentaire, d'opinion, de critique, d'humeur, de satire et de choix éditoriaux.

Cette liberté comprend le libre choix de ses interlocuteurs et le libre accès à toutes les sources d'information ; le secret des affaires publiques ou privées ne peut lui être opposé que par exception, dûment motivée de cas en cas.

c) La presse exerce cette liberté en toute responsabilité.

Art. 4. De l'exactitude et de la véracité

a) La mission de la presse consiste dans la recherche de la vérité, quelles que soient les conséquences pour elle-même. Si l'opinion, l'humeur et la satire sont libres, les faits sont contraignants. La presse les rapporte avec honnêteté.

b) La presse applique la plus grande rigueur dans la recherche des informations et en vérifie la véracité. Ni l'urgence perçue ni l'exclusivité recherchée permettent de déroger aux principes de sérieux de l'enquête et de vérification des sources. La presse évite les approximations et s'interdit de dénaturer une information ou d'en supprimer un élément essentiel.

c) La presse ne publie que les informations, les documents, les images et les sons dont l'origine lui est connue. Dans la mesure du possible et pour autant que ce soit pertinent, elle fait connaître les sources de ses informations sauf s'il est justifié de protéger leur anonymat en application de l'article 7 c).

d) En cas de doute sur la véracité des faits ou des informations, la presse ne les publie que si le public a un intérêt prépondérant de les connaître, tout en s'assurant qu'ils soient présentés avec les réserves nécessaires.

e) Les informations et affirmations qui, après avoir été publiées, se révéleraient fausses ou inexacts, seront rectifiées rapidement et spontanément, sans restrictions. La rectification est explicite et rendue visible, ne se limite donc pas à une correction. Elle est distincte du droit de réponse et ne se substitue pas aux dispositions y relatives.

Art. 5. Du respect d'autrui

a) La presse s'engage à respecter et à défendre la dignité humaine, droit fondamental de chaque individu. Elle s'interdit toute incitation, même indirecte, à la discrimination, au racisme ou à la xénophobie.

b) La presse respecte la vie privée des personnes, pour autant que l'intérêt du public à être informé ne prévaut sur les intérêts dignes de protection des personnes concernées. La seule curiosité n'est jamais une justification suffisante pour violer le droit des personnes à la protection de leur vie privée.

c) Si l'anonymisation de données personnelles s'impose dans un compte-rendu, la presse l'assure de manière efficace.

d) La presse s'abstient de mentionner des caractéristiques personnelles, sauf si celles-ci sont pertinentes au regard de l'intérêt général. Lorsque la presse fait état de ces caractéristiques, elle évite les stéréotypes, les généralisations, les exagérations et les stigmatisations.

e) La presse s'engage à ne pas glorifier les crimes et autres actes de cruauté ou de violence. Sa couverture de la guerre, d'actes terroristes, d'accidents et de catastrophes doit se faire en observant une neutralité ainsi qu'une objectivité certaine et trouve ses limites dans le respect devant la souffrance des victimes et les sentiments de leurs proches.

f) La presse s'engage à attacher la plus grande attention à la protection des mineurs, qui bénéficient d'une protection légale spécifique. Elle s'interdit toute intrusion risquant de nuire à leur développement.

Art. 6. De l'indépendance

a) L'accomplissement de la mission de la presse définie dans ce Code de déontologie exige son indépendance à l'égard tant des pouvoirs publics que d'intérêts particuliers.

b) La presse refuse toute vénalité dans l'accomplissement de sa mission et exclut de faire état de son influence professionnelle à d'autres fins que l'information du public.

Les journalistes et les éditeurs s'engagent à n'accepter aucun avantage ni aucune promesse qui pourrait limiter leur indépendance professionnelle ou l'expression de leur propre opinion.

c) La presse veille à ne pas céder aux pressions ou promesses directes ou indirectes de tiers en relation avec la présentation d'informations, sauf à faire état de ces réserves.

d) Les journalistes n'acceptent de directives journalistiques que des seul(e)s responsables désigné(e)s de leur rédaction, et pour autant que ces directives soient compatibles avec le présent Code.

Les journalistes ne peuvent être contraints à accomplir un acte professionnel – et en particulier d'exprimer une opinion – qui soit contraire à la déontologie de leur profession ou à leur conscience ; ils ne doivent encourir aucun préjudice du fait de leur refus.

Ils ne peuvent être contraints à signer une de leurs contributions qui aurait été modifiée substantiellement.

e) Nonobstant le principe de responsabilité en cascade, qui contribue à assurer l'indépendance de la presse, les éditeurs et les journalistes reconnaissent leur responsabilité commune de défendre la liberté de la presse et s'assurent un soutien mutuel.

Chapitre III. – Des pratiques journalistiques

Art. 7. De l'obtention de l'information

a) La presse recourt à des méthodes loyales afin de recueillir et traiter les informations, les photos, les images et les documents.

Sont notamment considérées comme méthodes déloyales : la commission d'infractions pénales, la dissimulation de sa qualité de journaliste, la tromperie sur le but de son intervention, l'usage d'une fausse identité, l'enregistrement clandestin, la rémunération des sources d'information.

b) Ces méthodes ne sont pas considérées comme déloyales lorsque toutes les conditions suivantes sont remplies :

- l'information recherchée est d'intérêt général et revêt de l'importance pour la société ;
- il est impossible de se procurer l'information par d'autres moyens ;
- les risques encourus par les journalistes et par des tiers restent proportionnés au résultat recherché.

L'appréciation par les journalistes si ces conditions sont remplies sont, sauf exception imprévisible, à valider par leur rédaction en chef.

c) Les journalistes veillent à ce que les modalités sous lesquelles ils obtiennent des informations soient claires. Ils veillent à informer les personnes ou les sources d'information peu familières avec la presse, que leurs propos pourront être publiés ou diffusés et donc portés à la connaissance du public.

Si les journalistes ont librement accepté des arrangements garantissant la confidentialité à une source, tels que le « off » ou l'anonymat, ou un embargo, ils les respectent. Ils rendent cet arrangement pour autant que possible transparent et en expliquent les raisons.

d) Les journalistes gardent le secret rédactionnel, notamment en recourant aux dispositions légales relatives à la protection des sources. Le secret rédactionnel

couvre la non révélation des sources d'informations obtenues confidentiellement de même que la non révélation d'informations non publiées à la police et à la justice, si celles-ci viennent à l'exiger. Les journalistes ne seront tenu(e)s de leur transmettre que les éléments d'information déjà rendus publics dans leur média.

e) Lorsque la presse rend compte d'actes de violence réels ou imminents, elle doit sopeser soigneusement l'intérêt du public à être informé par rapport aux intérêts des victimes et autres personnes concernées.

La presse veille à ne pas se laisser instrumentaliser par les auteurs d'actes de violences. Elle s'abstient d'initier des tentatives de médiation entre auteurs et autorités de même que d'agir en tant qu'auxiliaire de police ou d'autres services de sécurité.

Art. 8. De la présentation de l'information

a) La presse présente l'information en veillant à ce que le public puisse facilement départager ce qui relève de l'information factuelle et ce qui relève de l'opinion ou du commentaire. Le principe du respect des faits vaut aussi dans les genres journalistiques laissant une large place à l'expression d'opinions.

b) La presse indique tant que possible les sources des informations qu'elle diffuse, sous réserve des exceptions prévues à l'article 7 c).

La presse s'engage à ne commettre aucun plagiat et à citer les auteur(e)s ou les sources dont elle reproduit une information, en particulier lorsqu'il s'agit d'informations exclusives publiées d'abord par des confrères.

Les journalistes ne signent pas de leur nom des contributions dans lesquelles leur contribution personnelle et originale est négligeable.

c) La presse s'engage à respecter la présomption d'innocence et ne présente publiquement une personne comme coupable de faits avant un jugement définitif.

Lorsqu'elle rapporte des soupçons contre une personne, elle doit également rendre compte des suites judiciaires qui résultent des faits allégués, en particulier en cas d'acquittement.

d) Lorsque la presse prévoit de diffuser des accusations graves susceptibles de porter atteinte à la réputation ou à l'honneur d'une personne, elle donne à celle-ci en temps utile l'occasion de faire valoir son point de vue avant diffusion de ces accusations.

L'impossibilité d'obtenir une réponse n'empêche pas la diffusion de l'information mais le public doit être averti de cette impossibilité.

Art. 9. De l'image, du son et de l'audiovisuel

a) Les journalistes et les éditeurs s'engagent à respecter le droit à l'image de chaque individu.

b) L'image (photo, graphisme, séquence filmée, etc.) ne doit pas déformer la réalité.

Les images n'ayant pas été prises dans le contexte direct de l'événement sont à marquer de manière bien visible comme images respectivement illustrations d'archives.

c) Lors de montages son et vidéo, les journalistes s'engagent à veiller à ne pas altérer de façon sensible l'information recueillie, ni à déformer l'information en la sortant de son contexte original.

d) La presse s'engage à préférer la représentation de la réalité à sa reconstitution par divers artifices. Les reconstitutions d'événements et les mises en scène peuvent néanmoins être utilisées en journalisme afin d'illustrer et de soutenir un reportage, sous réserve de l'identifier de façon adéquate et en veillant à ne pas tromper le public.

Art. 10. Des procédés informatiques de génération et modification de contenus

a) La presse s'assure que les principes établis par ce Code de déontologie soient respectés lorsqu'elle recourt à des systèmes d'intelligence artificielle. Les éditeurs associent dans ce cadre les journalistes à l'introduction de tels systèmes dès leur développement ou configuration.

b) Des contenus générés par des systèmes d'intelligence artificielle ne peuvent être publiés ou diffusés sans contrôle éditorial. Quand le contenu publié ou diffusé n'est pas essentiellement le résultat de l'activité de cerveaux humains, le public doit être informé qu'un système d'intelligence artificielle a été utilisé dans sa réalisation. Cette information ne dispense la presse ni de l'obligation de respecter pour tout contenu ce Code de déontologie ni celle d'assurer un contrôle éditorial.

c) Les photomontages de même que les images, sons et vidéos de synthèse sont à identifier comme tels.

d) La presse s'interdit en tout état de cause de publier des images, des sons ou des vidéos de synthèse dont le réalisme risque de tromper le public ou de le laisser dans l'ambiguïté, en lui soumettant une information contraire à la réalité des faits.

Art. 11. Des conflits d'intérêts

a) Les journalistes évitent tout conflit d'intérêts. Quand un risque de conflit d'intérêt est néanmoins identifié, les journalistes en informent leur rédaction en chef, qui assure au minimum que le risque de conflit d'intérêts soit rendu transparent.

Les journalistes n'exercent aucune activité pour le compte de tiers si cette activité porte atteinte à leur indépendance. Ils ne prêtent pas leur concours à des activités de publicité, de publiereportage ou de communication non journalistique. Ils rendent compte des événements parrainés par leur publication ou éditeur en appliquant la même déontologie qu'à propos de tout autre événement.

Les éditeurs assurent une séparation stricte entre le travail des journalistes et la commercialisation d'espaces publicitaires.

b) Les éditeurs garantissent que la publicité dans leurs publications soit présentée de façon à ce que le public ne puisse la confondre avec le contenu rédactionnel. Les annonces et publicités commerciales qui risquent d'être mal interprétées par un public moyennement attentif et averti comme étant des informations journalistiques doivent être clairement identifiés afin d'éviter toute confusion. Cette obligation d'identification s'applique de manière générale pour toutes les formes de publiereportages. En cas de risque de doute sur l'identité du commanditaire de l'insertion, celui-ci est identifié explicitement.

c) La presse s'interdit toute publicité clandestine. Elle limite ainsi dans les contenus rédactionnels les références à des entreprises, leurs produits, services ou événements à ce qui est justifié par l'intérêt général ou l'information légitime du public. En cas de recours à du matériel de relations publiques, les journalistes prennent les précautions nécessaires découlant des principes définis dans ce Code.

d) En matière d'informations financières et de conseil d'investissement, les journalistes apportent une attention particulière pour exclure tout risque de conflit d'intérêts en général et de délit d'initié en particulier.

Chapitre IV. – Dispositions diverses

Art. 12. Recommandations, directives et interprétations relatives au Code de déontologie

a) Le Code de déontologie peut être complété, conformément à l'article 23 (3) de la loi modifiée du 8 juin 2004 sur la liberté d'expression dans les médias, par des recommandations et directives émises par le Conseil de presse après adoption par son assemblée plénière.

b) Toute interprétation des dispositions du Code de déontologie ne pourra être faite qu'en accord avec les décisions de la Commission de médiation et de plaintes du Conseil de presse.

Art. 13. Publication du Code de déontologie

Le présent Code de déontologie est tenu à la disposition de toute personne intéressée qui peut s'adresser directement au secrétariat du Conseil de Presse. Les lignes directrices adoptées en assemblée plénière par le Conseil de Presse y seront intégrées au fur et à mesure. Le Code fait l'objet d'une publication spécifique et est publié sur le site Internet du Conseil de Presse.

Il en sera de même lors des mises à jour du Code de déontologie.

Art. 14. Entrée en vigueur

Le Code entre en vigueur le jour suivant son approbation par l'assemblée plénière du Conseil de Presse. Il en sera de même lors des mises à jour du Code de déontologie.

Le Code de déontologie tel qu'arrêté par l'assemblée plénière du 28 mars 2006 est abrogé.

Partie II.

Recommandations et directives du Conseil de Presse

La loi confère au Conseil de Presse le pouvoir de formuler des recommandations et directives à l'intention des journalistes et éditeurs.

Ces directives ont pour objectif de clarifier, lorsque nécessaire, l'interprétation et l'application des différents articles du Code de déontologie.

Émanant des réunions, elles permettent au Conseil de Presse de faire évoluer le Code en réponse aux développements législatifs, sociétaux et technologiques.

Ad Art. 5. Du respect d'autrui

Directive relative au paragraphe b)

L'analyse, notamment dans des affaires se déroulant devant les tribunaux, si l'intérêt public prime la protection de la vie privée des personnes impliquées est effectuée au cas par cas, avant de publier leur nom, leur photo ou toute autre indication les rendant reconnaissables.

Les critères à prendre en compte dans cette analyse sont la qualité de personnalités publiques des personnes concernées, la gravité des faits reprochés, l'existence d'un possible danger émanant des concernés, l'envergure des débats suscités par l'affaire ainsi que la possible plus-value que l'identification peut apporter dans l'information rapportée.

(adoptée en réunion plénière du 21 janvier 2025)

Directive relative au paragraphe c)

En ce qui concerne l'efficacité de l'anonymisation de données personnelles, le critère d'appréciation consiste dans la possibilité, pour des tiers étrangers à la famille et à l'entourage professionnel de la personne concernée, de l'identifier sur base des informations publiées, si ces tiers sont uniquement informés par les médias.

(adoptée en réunion plénière du 21 janvier 2025)

Directive relative au paragraphe d)

La presse n'indique les origines raciales, religieuses nationales ou ethniques d'une personne que lorsque cette information est indispensable pour comprendre les faits ou lorsqu'il y a un lien direct avec l'information.

(adoptée en réunion plénière du 28 mars 2006)

Ad Art. 7. De l'obtention de l'information

Directive relative aux paragraphes a) et b)

Dans certains cas les journalistes pourront utiliser des procédés clandestins pour obtenir l'information qu'ils recherchent : fausse identité, micros et caméras cachés, imprécisions sur les intentions du reportage, filatures, infiltrations.

Le recours à de tels moyens doit toujours rester exceptionnel. Les journalistes les emploieront lorsqu'une des conditions suivantes est remplie :

- * l'information recherchée est d'un intérêt public certain, par exemple dans les cas où il s'agit de mettre à jour des actions socialement répréhensibles ;
- * l'information ne peut vraisemblablement pas être obtenue ou vérifiée par d'autres moyens, ou bien ceux-ci ont déjà été utilisés sans succès ;
- * les intérêts pour le public dépassent les inconvénients qui peuvent être causés à des individus.

Le public sera informé du recours à ces moyens.

(adoptée en réunion plénière du 28 mars 2006)

Directive relative au paragraphe c)

Si une information ou un document est remis à un ou plusieurs médias sous embargo et que cet embargo est justifié (texte d'un discours qui n'a pas encore été prononcé, présence d'intérêts légitimes qui pourraient être atteints par une diffusion prématurée, etc.), cet embargo doit être respecté. Un embargo ne peut être justifié à des fins publicitaires. Si un embargo est considéré comme injustifié par une rédaction, celle-ci doit informer la source de son intention de publier l'information, afin que les autres médias puissent en être informés.

(adoptée en réunion plénière du 21 janvier 2025)

Directive relative au paragraphe d)

En cas de perquisition dans une entreprise de presse ou audiovisuelle faisant suite à une commission rogatoire ou d'enquête, le président du Conseil, ou en l'absence de celui-ci un des vice-présidents ou son représentant dûment mandaté, assistera à la perquisition avec mission de veiller à ce que les dispositions assurant la liberté d'expression dans les médias soient respectées.

(adoptée en réunion plénière du 28 mars 2006)

Ad Art. 9. De l'image, du son et de l'audiovisuel

Directive relative au paragraphe d)

Avant de recourir à une mise en scène, les journalistes évaluent s'il s'agit de la meilleure ou de la seule façon de faire comprendre une situation au public. Le public doit alors être informé clairement qu'il s'agit d'une reconstitution ou d'une mise en scène.

La reconstitution se limitera à reproduire le plus fidèlement possible les faits, les opinions, les émotions qui entourent l'événement recréé. Lorsque ces mises en scène visent à donner l'impression d'un événement spontané, les journalistes doivent informer le public du caractère organisé de l'événement.

(adoptée en réunion plénière du 28 mars 2006)