Société Des Journalistes
Groupe Profession Santé

GROUPE PROFESSION SANTÉ

CHARTE ÉTHIQUE DES RÉDACTIONS DU GROUPE PROFESSION SANTÉ

Préambule

La présente charte a pour objet de rappeler le principe essentiel d'indépendance éditoriale, condition nécessaire à une information libre et de qualité. Elle précise les droits et devoirs des journalistes, des dirigeants, des propriétaires du groupe et de ses actionnaires.

Cette charte a été rédigée et adoptée par les adhérents de la SDJ de GPS. Elle a vocation à engager la direction de GPS à garantir aux journalistes des conditions d'exercice respectueuses de leur éthique et de leur déontologie. Elle s'imposera en termes identiques à toutes les rédactions de GPS quelle que soit l'évolution de celles-ci, de leurs directions ou de leurs titres.

Toute modification de la présente charte doit être approuvée par vote de l'assemblée générale de la SDJ. Un exemplaire de cette charte sera remis à chaque journaliste lors de son embauche et à tous les journalistes déjà employés au sein du Groupe profession santé. Elle n'a pas pour objectif de définir un nouveau cadre disciplinaire et ne constitue pas une annexe au contrat de travail.

La refonte de la SDJ de GPS – une SDJ du Quotidien du médecin et du Quotidien du pharmacien existait depuis 2007 mais était en sommeil – a été votée le 10 octobre 2019 dans un contexte marqué par de nombreux changements au niveau de la direction de GPS et de nehs. La SDJ des rédactions de GPS est née le 21 décembre 2019.

1. Déontologie

Les journalistes ont pour mission d'informer leurs lecteurs. Ils s'imposent l'objectivité dans leur travail et s'engagent à ce que leurs convictions politiques, religieuses, syndicales ou personnelles n'influent pas sur celui-ci.

Le respect de la vérité et la rigueur scientifique font partie des devoirs essentiels des journalistes. Ceux-ci ne doivent accepter aucun avantage ni présent susceptible de nuire à leur indépendance et s'interdisent toute action susceptible de favoriser leur intérêt particulier.

Les journalistes doivent éviter tout ce qui pourrait mettre en cause leur impartialité, notamment d'établir tout lien d'intérêt avec les acteurs des secteurs sur lesquels ils écrivent ; ils doivent garder avec eux une distance raisonnable.

Les journalistes ne doivent pas accepter, en guise de rémunération pour la rédaction de leurs articles, d'autres salaires ou avantages que ceux que leur assure leur employeur.

Le journaliste s'interdit tout plagiat et s'engage à citer ses références mais il se doit de garder le secret professionnel et ne pas divulguer la source d'informations confidentielles.

Les collaborateurs du groupe, y compris les non-journalistes et les salariés de l'Agence, apportent un soin particulier à éviter toute confusion entre le contenu rédactionnel et la communication publicitaire et promotionnelle. Ce principe vaut pour toute opération de partenariat ou de parrainage.

Les journalistes peuvent également être perçus comme les représentants de GPS lorsqu'ils publient sur des blogs, forums, réseaux sociaux et tout espace dédié à l'échange public d'informations, en particulier lorsqu'ils apparaissent en leur nom propre. La présence des journalistes sur ces réseaux engage l'image de l'entreprise et sa responsabilité. Il est donc impératif que les journalistes veillent, dans ce cadre également, au respect de la ligne éditoriale de leur titre et des règles éthiques, professionnelles et déontologiques.

2. Règles rédactionnelles

La ligne éditoriale de chaque titre, dans ses versions papier, en ligne, ou sur tout autre support, ne saurait être guidée ni infléchie par d'autres intérêts que celui d'informer le lecteur. La responsabilité du journaliste vis-à-vis de son lectorat l'emporte sur toute autre responsabilité, en particulier à l'égard des directions, des filiales du groupe, de ses propriétaires et actionnaires, des annonceurs, des syndicats et des pouvoirs publics.

Les choix des sujets traités par les journalistes et leurs modalités visent seulement la pertinence et l'intérêt pour les lecteurs. Aucun journaliste ne saurait se faire imposer la couverture d'un sujet ne répondant pas à ces deux impératifs, ni, au contraire, se voir interdire de traiter un sujet pertinent.

Les titres peuvent refuser ou accepter la relecture des interviews avec l'accord du journaliste qui en est l'auteur. Cette éventuelle relecture a pour objet d'éviter les erreurs de compréhension et non de modifier la teneur des propos tenus. Les rédactions se réservent le droit de ne pas publier un entretien ou une citation.

En cas de demande de droit de réponse, le journaliste doit en être tenu informé, et doit pouvoir ajouter ses éventuels commentaires.

Les contenus sponsorisés, publi-rédactionnels, promotionnels ou publicitaires doivent être identifiés comme tels, que ce soit sur le papier, en ligne et sur tout autre support. Leur typographie, iconographie et mise en page ne doivent pas prêter à confusion avec le contenu rédactionnel qui émane des journalistes des rédactions.

Afin d'éviter les situations équivoques, aucun journaliste titulaire membre d'une rédaction ne peut écrire ou éditer un contenu qui a fait l'objet d'une transaction commerciale (publi-rédactionnel ou autres) avec le groupe. Les journalistes pigistes amenés à répondre à de telles commandes ne peuvent pas produire en parallèle du contenu journalistique sur le même sujet.

3. Rapport avec les annonceurs

Face à un contenu proposé par un annonceur ou partenaire commercial (avéré ou potentiel), seuls sa pertinence et son intérêt pour les lecteurs déterminent le traitement qui lui sera

accordé. Le journaliste ne doit accepter aucune consigne, directe ou indirecte, des annonceurs ni de l'équipe commerciale, quant au choix des sujets ou leur traitement.

Les annonceurs ne peuvent intervenir dans la rédaction d'un article de presse. Lorsqu'ils fournissent des informations à un journaliste pour la rédaction d'un article, ils ne peuvent ni exiger un droit de regard sur cet article, ni lier sa parution à un quelconque avantage financier ou commercial. Dans le cas contraire, on entre dans une démarche commerciale (publi-rédactionnel ou autre), balisée comme telle.

Une rédaction peut refuser de publier un contenu publi-rédactionnel même dûment balisé comme tel, si elle estime qu'il porte atteinte au sérieux ou la réputation de son titre.

Les journalistes ont un droit de regard sur l'emplacement accordé à une publicité si celle-ci entre en conflit ou en lien direct et évident avec le contenu d'un article ou d'une production.

Les journalistes titulaires membres de l'une des rédactions ne peuvent être rémunérés, en plus de leur salaire régulier, par une entreprise ou autre entité pour des activités susceptibles d'entrer en conflit d'intérêt avec leur travail journalistique. Les journalistes pigistes amenés à effectuer de telles activités commerciales doivent veiller à ce qu'elles n'entrent pas en conflit avec leur travail journalistique.

4. Rapport avec la direction

La direction du groupe garantit aux journalistes la sécurité matérielle et morale, base de leur indépendance, ainsi que les moyens de l'exercer.

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

La SDJ peut être amenée à rendre des avis et à émettre des propositions à la direction. Elle est préalablement informée, dans un délai raisonnable, de toute décision relevant de la politique de développement de l'un des titres (création, acquisition d'un site internet, …). En cas de projet de changement de formule, la SDJ est informée par le directeur de la rédaction ou le directeur de publication.

En outre, la SDJ joue un rôle de médiateur en cas de conflit déontologique entre un journaliste et sa rédaction en chef ou direction générale.

5. Rapport avec les propriétaires du groupe, les actionnaires ou leurs représentants

Les propriétaires du groupe, actionnaires ou leurs représentants reconnaissent qu'il est nécessaire de publier des contenus de qualité rédigés par des journalistes indépendants. À ce titre, ils s'interdisent d'intervenir dans le contenu éditorial de l'ensemble des publications. Ils ne peuvent assister aux conférences de rédaction que sur invitation de la direction du journal ou de la rédaction mais n'y interviennent pas.

L'actionnariat s'interdit de commander un article ou de donner des instructions pour modifier ou empêcher une publication.

Lorsqu'un actionnaire ou une entreprise dirigée ou détenue par l'un d'entre eux est citée dans un article publié par l'un des titres du Groupe profession santé, cette particularité est signalée dans l'article.