

Commission déontologie journalistes France TV ~ 4 juin 2025

Compte rendu du Syndicat National des Journalistes



Le mot du SNJ

“

Espace salubre de discussion sur les pratiques journalistiques au sein de France Télévisions, la commission de déontologie s'est tenue mercredi 4 juin. Durant cette session très dense, une nouvelle salve de questions a été portée par le SNJ et les autres organisations syndicales.

Du traitement précipité de l'information à la mise en scène contestée de certains sujets, en passant par des erreurs factuelles ou des choix éditoriaux discutables, plus d'une trentaine de points ont été abordés, preuve que la matière ne manque pas !

Plus préoccupant encore : de nombreuses remarques reviennent d'une commission à l'autre, tels des marronniers. Sauf qu'il ne s'agit pas ici de traiter de sujets légers, mais de rappeler des principes déontologiques élémentaires, qui passent encore entre les mailles du filet de la hiérarchie et des journalistes, malgré les préconisations des précédentes commissions.

”

AU SOMMAIRE :

- [Magazines info](#)
- [Sports](#)
- [Télématin](#)
- [Direction des JT nationaux](#)
- [France Info TV](#)
- [Direction de l'information](#)
- [Direction de l'info Outre-mer](#)
- [Direction de l'info TV régionale](#)
- [Direction de l'info numérique régionale](#)

Présents pour la direction :

- Pascal Doucet-Bon (Président de la commission déontologie)
- Erik Berg
- Willy Bracciano
- Jérôme Cathala
- Pacsal Golomer
- Pierre-Yves Grenu
- Alexandre Kara
- Elsa Margout
- Muriel Pleynet
- Delphine Vialanet

Présentes pour le SNJ :

- Coralie Cochin (Outre-mer)
- Magali Defer (Siège)
- Magali Roubaud (Réseau régional)

Magazine (information)

Affaire "Envoyé Spécial" - février 2025 Tests de dépistage de drogue proposés aux députés

Pour faire la promotion d'un numéro d'*Envoyé Spécial* consacré aux nouveaux modes d'organisation des trafiquants de drogue (diffusé le 13 février 2025), la présentatrice Elise Lucet s'est rendue à l'Assemblée nationale pour proposer des tests de dépistage antidrogue aux députés, provoquant la colère de plusieurs élus et de Yaël Braun-Pivet, la présidente de l'Assemblée nationale.

La recherche du buzz (la vidéo a totalisé plusieurs millions de vues sur les réseaux) n'est-elle pas contre-productive vis-à-vis du reportage proposé par l'émission ?

Réponse de la direction :

Chaque semaine, l'équipe d'*Envoyé Spécial* met en ligne une vidéo pour annoncer l'émission. Le 13 février, *Envoyé Spécial* consacrait une page sur la livraison de stupéfiants à domicile.

Eric Piolle, maire de Grenoble, dans son interview, évoque les ravages du trafic de drogue dans sa ville. Il venait de faire une proposition, des tests salivaires aux parlementaires afin de voir si les problèmes de drogue touchaient les cercles de décision. Certains, comme Gérard Darmanin, étaient prêts à s'y soumettre, d'autres, comme Yaël Braun-Pivet, s'y opposaient. Il s'agissait bien d'un sujet d'actualité qui suscitait le débat public.



Après l'ITW d'Eric Piolle, Elise Lucet a proposé aux députés de faire un test salivaire. Tous ont accepté sereinement. L'équipe d'*Envoyé Spécial* était accréditée et accompagnée d'une personne en charge de la communication de l'Assemblée nationale. Lors de la diffusion de l'émission à l'antenne, il n'y a eu aucun commentaire critique, cela avait été compris comme un travail journalistique. Seules les vidéos en ligne ont suscité des critiques. Cette vidéo, courte, a mal été interprétée.

Pourtant, Elise Lucet explique bien qu'il s'agit d'une proposition du maire de Grenoble, il n'y a pas d'ambiguïté. Sur 1219 vidéos publiées sur les réseaux sociaux, une seule a suscité des critiques. Il faut rester attentif aux contenus publiés sur les réseaux sociaux face à la caisse de résonance qu'ils représentent, mais il n'y a pas d'ambiguïté sur le travail journalistique.

Sports

Stade 2

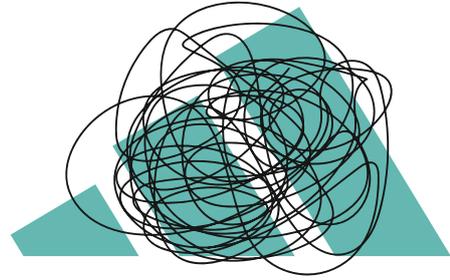
Encore un placement de marque sur le plateau de France 2 ?

Cette fois, il s'agissait de Cassandra Beaugrand, championne olympique de triathlon. Invitée de l'émission du 15 décembre dernier. Elle portait un gilet de la marque aux trois bandes bien visible à l'antenne.

Réponse de la direction :

La championne olympique de triathlon, Cassandra Beaugrand, était l'invitée de Stade 2. Elle portait à l'antenne un pull dont la marque Adidas était bien visible en plan serré. L'équipe s'en est aperçue lorsque Cassandra Beaugrand s'est installée en plateau et a retiré sa veste au moment de la prise d'antenne, donc trop tard.

L'émission étant en direct, impossible d'intervenir et de régler le problème. Depuis, l'équipe de Stade 2 transmet des consignes, à l'oral, mais aussi à l'écrit, aux sportifs afin qu'ils évitent de porter des marques à l'antenne. Si la consigne n'est pas respectée le jour du tournage, une veste sans marque est proposée à l'invité.



Télématin

Grave dérapage à Télématin

1. Dans TLM du 13 janvier, lors d'une chronique, des faux tweets de la députée Sandrine Rousseau ont été diffusés à l'antenne. Ils indiquent qu'elle aurait menacé à plusieurs reprises sur X de quitter ce réseau social. Mais ces tweets étaient des montages, ils étaient faux.

L'émission Télématin peut-elle renforcer sa vérification des contenus des réseaux ? Il en va de la crédibilité de l'information matinale.



2. Philippe Vandel s'est fait piéger par un compte parodique à propos de messages de cette même Sandrine Rousseau sur X, qui étaient donc tous faux. Malgré des excuses sur le réseau social, une fois de plus, cela porte le discrédit sur l'ensemble de la rédaction de France Télévisions.

Philippe Vandel s'est-il excusé à l'antenne à l'occasion d'une nouvelle chronique ?

Réponse de la direction :

Cela est arrivé lors d'une chronique (qui n'existe plus) de Philippe Vandel intitulée « Je ne suis pas de mon avis », qui visait à mettre en avant les incohérences de posture de personne et leurs pratiques.

Dans ce cadre, Philippe Vandel a proposé à la rédaction de Télématin une chronique sur les tweets de Sandrine Rousseau alors qu'elle annonçait son départ de X. Cette chronique a été proposée à 18 H le dimanche pour un passage à l'antenne le lendemain. Philippe Vandel a été abusé par un site parodique, qui ne le semblait pas (apportant parfois de vraies informations). Ces tweets se sont révélés être des fake.

Sandrine Rousseau s'est tout de suite manifestée après la diffusion. Philippe Vandel l'a appelée pour s'excuser. Ce n'est pas lui qui a présenté les excuses à l'antenne, car il n'avait pas de chronique le lendemain. C'est le présentateur Julien Arnaud qui a fait le *mea culpa* le lendemain, en présentant des excuses à Sandrine Rousseau et aux téléspectateurs. Cette erreur a principalement eu lieu, car les éléments sont arrivés trop tard.

Pour éviter que cela ne se reproduise, les éléments sont envoyés désormais le jeudi et tous les tweets sont vérifiés par le rédacteur en chef et les documentalistes.

Bétharram : un sujet traité à distance ?

Dans l'affaire Bétharram, qui concerne 200 plaintes d'anciens élèves, les journalistes de la rédaction nationale ont dû commenter de nombreux sujets pour les JT, et certains ont déploré n'avoir jamais été dépêchés sur place.

Comment être fiable sur un sujet aussi sensible et hautement politique si nous ne menons pas la moindre enquête et si nos sources sont simplement les déclarations "micro tendu" du Premier ministre ou bien celles des victimes à travers leurs témoignages dans Paris Match ou autres supports ? Est-ce conforme à la déontologie ? Savez-vous que les confrères le déplorent ? Sont-ce les économies qui guident nos missions d'informer ?

Réponse de la direction :

Il ne s'agit pas d'une décision budgétaire, mais éditoriale. La direction indique que le bureau de Bordeaux, compétent et bien implanté localement, couvre l'affaire Bétharram depuis longtemps. Toutes les informations diffusées ont été vérifiées. L'expertise de ces journalistes et les témoignages déjà recueillis justifiaient qu'aucune équipe nationale ne soit envoyée sur place. La direction rappelle cependant l'importance de bien citer ses sources. Elle se dit attentive au besoin exprimé par les journalistes de la rédaction nationale d'aller plus sur le terrain et les invite à proposer des sujets.

Un édito sur Marine Le Pen qui pose question

Est-ce déontologique pour l'éditorialiste Nathalie Saint-Cricq de critiquer une décision de justice – la condamnation de Marine le Pen le 31 mars – dans le JT du 20 Heures ? La directrice de la rédaction ne devrait-elle pas cesser ses éditos politiques, car elle engage de fait toute la rédaction ?

Réponse de la direction :

La formule "*la justice a eu la main lourde*" était maladroite et pouvait laisser entendre un commentaire personnel sur une décision de justice. Elle précise toutefois qu'il ne s'agissait pas d'une critique, mais d'une "qualification", formulée dans un contexte politique tendu.

L'édito n'avait pas été relu avant diffusion. La direction le regrette et insiste sur l'intérêt d'écrire ses papiers avant le plateau pour ne pas être dans "l'improvisation". Elle rappelle que les éditos engagent leur auteur, mais seront désormais systématiquement relus pour éviter ce type d'ambiguïté à l'antenne. Elle souligne enfin qu'un journaliste peut tout à fait critiquer une décision de justice, dès lors que cela repose sur des faits et s'inscrit dans un traitement rigoureux de l'information.

Des micro-trottoirs qui anticipent une décision de justice

Des micro-trottoirs ont été réalisés dans la matinée du 31 mars à Paris, avant la décision de justice concernant Marine le Pen, en supposant qu'elle allait être condamnée. Est-ce déontologique ?

Réponse de la direction :

Ce procédé n'est pas conforme aux règles déontologiques : "nous ne sommes pas à Minority Report". Interroger des personnes sur une décision de justice avant qu'elle ne soit connue n'est pas acceptable. Le rappel a été fait aux éditions.



Erreur assassine à l'antenne

Dans le JT de 20 Heures du mardi 3 décembre 2024, la présentatrice (remplaçante) a présenté dans son lancement un procès de la façon suivante : "Au procès des assassins de Samuel Paty...". Alors que l'assassin a été tué, et que les prévenus qui comparaissaient étaient jugés pour "complicité d'assassinat et association de malfaiteurs terroristes", en outre, la présomption d'innocence n'a pas été respectée.

Une erreur très grave. Comment en vient-on à de telles erreurs journalistiques qui décrédibilisent la rédaction et qui exposent de surcroît FTV à des procédures en justice ?

Réponse de la direction :

La direction reconnaît un "raccourci", mais de là à parler d'une erreur très grave...

Le SNJ considère que ce n'est pas un "raccourci", mais une faute professionnelle. Il rappelle que les accusés n'avaient pas encore été condamnés au moment du sujet. Il aurait fallu dire que ces personnes sont "accusées de..." ou "renvoyées devant la justice pour...". On ne peut être "préssumé coupable". On est "préssumé innocent".

Quand le contexte manque cruellement

Dans son édition du 3 janvier 2025, le 20 Heures Week-end a diffusé un reportage avec des éléments montés en kit sur l'interpellation d'un influenceur algérien, sous le pseudonyme Zazou Youssef, pour apologie du terrorisme et incitation à la haine dans une vidéo sur YouTube.

Ce reportage choisit sciemment de laisser planer le doute sur les motifs de cette vidéo. Soutien du gouvernement algérien qui fait l'objet depuis quelques semaines d'appels à manifestations anti-FLN, M. Youssef est un acteur du conflit entre le régime de M. Tebboune et l'opposition.

Or rien de tout cela n'apparaît dans le reportage. Aucune mention du contexte dans le lancement non plus... Il est question deux fois, pour la démentir, de sa supposée "radicalisation". À aucun moment dans le reportage ne sont citées les manifestations anti-gouvernement algérien. L'édition choisit donc de ne pas clarifier l'amalgame entre appel à commettre un attentat islamiste et appel à la violence contre des manifestants, certes tout aussi condamnable. Peu importe les raisons, pourvu qu'on ait la peur, et tant pis si l'on confond l'islamisme, l'autoritarisme du gouvernement algérien et la violence de ses affidés.

Pourquoi l'édition a-t-elle décidé de ne pas expliquer le contexte de cet appel à la violence ? Estime-t-elle avoir rempli son devoir d'information en laissant planer l'amalgame sur les motifs de cet influenceur ?

Par ailleurs, diffusé sur les réseaux sociaux, le reportage laissait apparaître un sous-titrage du premier sonore très approximatif : le voisin interrogé dit "voir les sulfateuses", ce qui est retranscrit par "entendre l'artillerie"... sans doute pour "tendre" un peu plus le reportage.

Réponse de la direction :

Le sujet était fidèle aux informations disponibles au moment de sa diffusion. Il n'y avait pas d'éléments officiels sur ses motivations. Concernant la traduction, elle défend le choix du mot "artillerie", validé par plusieurs arabophones, et rappelle que dans ce contexte, "sulfateuse" désigne bien une arme automatique, sans intention sensationnaliste.

Éviter la surenchère anxigène

Le 17 avril 2025, le JT du 13 Heures a diffusé un reportage sur la disparition d'une joggeuse dans la Vienne, 5 jours après le lancement d'un avis de recherche et plusieurs sujets d'actu. Reportage intitulé "la psychose des joggeurs-joggeuses s'installe". Ce sujet comportait plusieurs témoignages d'habitants, sportifs ou pas, qui exprimaient leur crainte de se promener librement.

Est-il éthique de faire un tel reportage qui alimente la peur, alors qu'on ne sait pas encore, à ce moment-là, ce qui est arrivé à cette jeune femme de 28 ans, connue pour être anorexique et dépressive : mauvaise rencontre, malaise, suicide ? Est-ce le rôle du service public ? (La responsabilité des journalistes, 2 CDD, n'étant pas en cause).

Réponse de la direction :

Traiter cette disparition répondait à une forte attente du public, dans un contexte d'alerte nationale. La peur des joggeuses est une réalité. Même si toutes les hypothèses expliquant sa disparition ont été traitées dans les sujets.



L'insolite publicitaire

Reportage insolite ou publicité flagrante ?

Dans le JT de 20 Heures du 30 décembre 2024, un reportage a été diffusé sur un safari à pied avec une entreprise privée. Ce reportage faisait la promotion d'une seule guide (plusieurs fois nommée) comme une présentation publicitaire avec très peu de recul, pas de mention du prix, pas de notion d'impact sur l'environnement, pas de remise dans le contexte...

Réponse de la direction :

Le sujet mettait en lumière une offre assez inédite, d'où l'interlocutrice unique. Nous ne donnons pas les prix, car nous ne sommes pas une agence de voyage. Quant à l'impact environnemental, ce n'était pas l'angle du sujet. D'ailleurs, un safari à pied a moins d'impact qu'en voiture. Pour la direction, il n'y a pas lieu d'en faire un scandale.

“L’enfant Kinder” au 13 Heures

Ce sujet a été diffusé le mercredi 18 décembre 2024. L’ancien modèle du bâton chocolaté a décidé de révéler son identité une fois adulte, car d’autres hommes utilisent son image sur les paquets pour s’approprier son identité à des fins commerciales sur les réseaux. Problème : seule la marque Kinder est évoquée, il n’y a pas d’autres exemples ni d’approfondissement de la problématique, transformant ce sujet en belle page de pub pour Kinder.

Réponse de la direction :

L’angle de ce sujet était l’affaire particulière de cet enfant dont le nom a été révélé, adulte. À partir de là, la seule marque qui est citée, c’est Kinder. On peut débattre de l’opportunité d’un sujet, mais difficile de parler d’autres marques puisque l’histoire concernait uniquement Kinder.

Problèmes... de géographie

Lors de l’édition de 13 Heures du 8 mai dernier, deux boulettes dans le même sujet. À croire que le Grand-Est est une contrée méconnue.

“Des cérémonies organisées un peu partout en France et notamment à Reims”, explique le présentateur Julian Bugier sur des images de la Cathédrale de Metz en arrière-plan.

Deuxième erreur dès le début du reportage : “Au pied de la basilique de Nancy”, peut-on entendre, toujours sur les images prises au pied de la Cathédrale Saint-Étienne de Metz.

Ce reportage a été longuement commenté sur les réseaux sociaux où les moqueries et les détournements ont fusé.

Ce type d’erreurs décrédibilise le travail des journalistes de terrain et, en l’occurrence, celui de France 3 Lorraine.

Pouvez-vous nous rappeler le processus de vérification des images avant leur mise à l’antenne (off et sujet) ?

Réponse de la direction :

Il n’y a pas eu d’erreurs dans le lancement mais bien dans le reportage. Différents lieux de tournage ont été mélangés au montage. À la décharge des chefs qui ne savent pas forcément différencier les cathédrales les unes des autres. Elle appelle à la vigilance, qui doit être partagée entre journalistes, monteurs et chefs d’édition.



Retraits de sujets diffusés

Nous recevons régulièrement des mails de la Coordination de l’information sur le retrait de sujets des replays des JT et des sites web.

Parfois, la raison donnée est claire : erreur dans le commentaire, par exemple dans le sujet Bettencourt (Ingrid au lieu de Liliane) du 20 mai, achat d’images extérieures.

Mais quand c'est une raison juridique invoquée, elle reste sans autre précision, comme pour la demande de retrait du sujet du 20 Heures de France 2 sur la sécurité des aéroports du 24 mars.

Serait-il possible de rendre plus explicites les raisons des retraits de sujets ?

Réponse de la direction :

Quand il y a des demandes de retrait, on fait en sorte que le sujet soit retiré de tous nos supports le plus vite possible, par précaution.

La raison de la demande n'est pas détaillée. Dans la très grande majorité des cas, c'est pour des histoires de droits. La direction reconnaît que ces retraits ne sont pas accompagnés d'une explication, mais s'incriminer en faisant valoir des raisons juridiques peut coûter cher a posteriori. La direction reconnaît une limite à la transparence pour le moment.

Une mise en scène de CNN



Le 12 décembre 2024, un sujet du 13 Heures de France 2 sur la découverte d'un détenu dans une prison syrienne n'était qu'une vaste mise en scène de nos confrères de CNN !

Quelle a été la réaction de la direction après la diffusion ? Les images ont-elles été vérifiées par la cellule des vérificateurs ?

Réponse de la direction :

Les images n'ont pas été vérifiées par les "Révélateurs" car elles ne provenaient pas des réseaux sociaux, mais d'une source connue : un reportage de la chaîne CNN. Elle n'a donc pas eu besoin d'être vérifiée. L'erreur a été de considérer que l'on pouvait reprendre sans crainte le témoignage recueilli par CNN. La direction s'interroge sur le fait que nous n'ayons pas fait appel à nos équipes sur place.

Journal de 20 Heures

Le 7 mai, pour illustrer l'emploi des seniors, tout un sujet a été réalisé dans la même entreprise. Le nom de la société est montré à plusieurs reprises.

Pourquoi avoir fait le choix d'une seule entreprise pour illustrer ce sujet ? Il existe pourtant d'autres entreprises ou des mesures en faveur de l'emploi des seniors sont mises en place, non ?

Réponse de la direction :

Afin d'éviter tout soupçon de publicité clandestine, il est recommandé de montrer ou citer plusieurs entreprises, mais cela n'est pas une obligation. L'Arcom demande de ne pas faire de publicité clandestine en étant vigilant sur le nombre de plans à l'image montrant le nom de la marque / société, ainsi que le nombre de citations, il ne faut pas tomber dans l'exagération. Mais les règles restent floues. Il est préférable et recommandé d'avoir plusieurs entreprises dans le sujet, mais cela n'est pas toujours possible.

Affaire "Gaza Riviera" sur France Info

Dans l'affaire « Gaza riviera » du 5 février 2025 sur France Info (intitulé du débat : « Gaza Côte d'Azur et si c'était possible ? »), la direction a-t-elle établi la chaîne de responsabilités qui a abouti à ce gros dérapage déontologique, journalistique, éthique et humainement déplorable ?

Un débat qui a porté préjudice à l'image de France info et discrédité plus largement l'information sur France Télévisions ? France Info a été mise en garde par l'ARCOM (critiquant le "manque de rigueur" et de "pondération" du débat).

La direction de France Télévisions a indiqué que le "traitement était inapproprié et regrettable" et le replay de l'émission a été supprimé.

Une affaire qui a révélé les fragilités structurelles de la chaîne "toute info".

Quelles mesures ont été prises pour éviter de nouveaux dérapages éditoriaux sur France Info ?

Réponse de la direction :

La direction ne souhaite pas revenir sur les erreurs commises qui ont porté préjudice à la chaîne. Il s'agit maintenant de faire en sorte que cela ne se reproduise plus, même s'il est difficile de le garantir sur une chaîne info, et l'erreur est humaine.



Un travail de réorganisation a été mis en place par la direction, afin de renforcer le processus de vérification.

D'une part, une rédactrice en chef en charge de la cellule programmation a été embauchée dans le but de vérifier la liste existante des invités et de programmer des invités pertinents.

D'autre part, il y a maintenant une équipe dédiée aux news et une équipe dédiée au *talk*. Cela permet d'alléger la charge de travail de chacun et de mieux identifier les missions.

De plus, un processus de double vérification (chef d'édition/ rédacteur en chef) des liners et des lancements des présentateurs a été mis en place afin de limiter le risque d'erreur. La direction éditoriale a été renforcée de deux adjoints pour mieux "angler" les sujets et être plus à l'écoute de l'antenne. La direction espère que cette réorganisation permettra d'éviter les erreurs.

Floutage discriminatoire ?

Le samedi 25 janvier, France Info a flouté les visages des militaires israéliennes libérées et pas ceux des prisonniers palestiniens. Pourquoi cette différence de traitement ?

Réponse de la direction :

Il y a une règle s'agissant des otages : lorsqu'ils sont encore aux mains des ravisseurs, le floutage s'impose par respect pour eux. Quand ils sont libres, on ne floute pas.

— Direction de l'information

Absence de réaction

Une prison pour narcos en Guyane et un journaliste taxé d'“idiot” par un ministre...

La direction a réagi par un communiqué diffusé localement. Mais quelle réaction officielle au niveau du groupe France Télévisions ? Y aura-t-il une suite et laquelle ? Des journalistes sont régulièrement malmenés, quelle est la position de l'entreprise dans ces cas-là ?

Réponse de la direction :

La direction n'a pas été alertée en temps réel et a découvert l'affaire sur l'AFP. De plus, il demeurait une ambiguïté sur la tenue même des propos. Cependant, la direction insiste sur ce point : lorsque les équipes de FTV sont prises à partie par qui que soit, elles doivent être défendues, quand cela est clair.

Bavardages tolérés

Est-il normal qu'une éditorialiste politique de France Télévisions participe à une émission de divertissement (en décembre 2024) de Canal + (*Le Monde Magique* de Jérôme Commandeur), se permettant de critiquer le soi-disant “bavardage” sur les chaînes info, auxquelles elle participe par ailleurs ?

Réponse de la direction :

La direction accepte la capacité de chacun à avoir de l'humour et même de l'autodérision.

Quand les animateurs font ce qu'ils veulent

Dans l'émission *C Médiatique* du 4 mai 2025, diffusée sur France 5, l'animateur de *Questions pour un champion*, Samuel Etienne, évoque son activité sur sa chaîne Twitch (à 49'20 s.), en affirmant qu'il “*faut de l'argent pour produire ces émissions (...) et [qu'il devait] s'associer à des marques et des sponsors... mais en tant que CDI d'une entreprise, vous n'avez pas cette liberté-là... Mais [qu'il y avait] une forme de tolérance de France TV*”. Samuel Etienne a depuis quitté son CDI à FTV.

La direction confirme-t-elle qu'elle a laissé cet animateur faire de la publicité sur sa chaîne Twitch (il aurait un million d'abonnés selon lui) alors qu'il était encore salarié de FTV ? Rappelons qu'elle demande aux salariés de FTV d'être exemplaires sur ce sujet.

Réponse de la direction :

La seule tolérance de la direction qu'a eu Samuel Etienne est l'autorisation après coup d'avoir sa chaîne Twitch (la chaîne existait déjà). Mais elle n'a jamais été sponsorisée pendant qu'il était sur France Info. Samuel Etienne a quitté l'information avant de quitter son CDI. Lorsque la direction a compris l'aspect monétisable de Twitch, il était devenu impossible de le garder dans l'équipe.

Un dîner avec....

Des affiches annoncent un dîner avec une journaliste dont l'appartenance à FTV est mentionnée...

La direction a-t-elle autorisé cette collaboration extérieure d'un nouveau type pour nous ? Est-elle rémunérée pour un évènement qui demande aux participants de payer ?

Réponse de la direction :

La direction n'a pas autorisé cette collaboration. La journaliste, n'étant pas rémunérée pour cela, ne voyait pas le conflit d'intérêts. Elle aurait dû demander l'autorisation. Un rappel à l'ordre lui a été fait afin que cela soit fait dans les règles.

Direction de l'information outre-mer

Gloups !

L'accord collectif d'entreprise France Télévisions rappelle, page 173 au chapitre "principes professionnels" du livre 3, qu'un *"employeur ne peut exiger d'un journaliste un travail promotionnel ou ne peut utiliser son nom ou son travail à des fins publicitaires, pour quelque cause que ce soit y compris humanitaire. De même, le journaliste ne saurait user de sa qualité de journaliste de France Télévisions pour concourir à la publicité ou la promotion d'un produit, d'une marque, d'une entreprise, d'une association ou d'une fédération"*.

Estimez-vous que cette vidéo promotionnelle d'une marque d'alcool (la distillerie de rhum Neisson), affublée d'un liner *"Patrimoine : Un rhum citron caviar"*, présentée comme un reportage et diffusée dans le cadre du journal télévisé du 22 septembre 2024 de Martinique 1^{re}, répond à ces principes ? Pourriez-vous nous expliquer quel était l'intérêt informatif de ce "reportage" ?



Réponse de la direction :

Ce reportage prête effectivement le flanc aux soupçons de publicité clandestine, même si ce n'était pas l'intention de ses auteurs.

La direction de l'information a échangé avec la direction des contenus de l'information. Il y a eu un certain nombre de manquements en termes de validation et ils l'ont reconnu. Un rappel à la vigilance a été fait. Cela ne se reproduira plus.

Images institutionnelles

En Polynésie, les journalistes sont confrontés à l'utilisation d'images pour les journaux fournies par des institutionnels dans les JT, sans que la provenance de ces images ne soit indiquée. Quelquefois, ce sont des reportages entiers qui sont fournis et diffusés. Cela est-il autorisé ? Pouvez-vous faire un rappel des règles régissant l'utilisation des images "institutionnelles" dans nos JT ?

Réponse de la direction :

Il s'agit dans ce cas précis de demandes faites pour relater la 4^e commission de l'ONU en octobre de l'année dernière à New-York afin d'examiner l'avenir institutionnel de la Polynésie française. Pour des raisons budgétaires, aucune équipe n'avait été envoyée sur place.

Des demandes ont été faites aux institutionnels présents sur place pour répondre aux questions posées par les journalistes. Ce sont leurs réponses enregistrées qui ont été retournées et pas des contenus montés.

La direction précise que, néanmoins, ne pas avertir le public de l'utilisation d'images institutionnelles ou issues de partis politiques n'est pas conforme "aux valeurs de France TV".

Ces images doivent par ailleurs être définitivement incrustées de la mention évoquant leur provenance pour ne pas être considérées comme les nôtres en rediffusion.

Le SNJ prend bien note de la réponse qui précise que *"s'il n'est pas possible de tourner, il ne faut pas faire le sujet ou sinon le traiter différemment"*. Cela pour éviter notamment dans les meetings politiques d'être contraints de n'utiliser que les images favorables aux candidats fournies par les services de com.

Une histoire floue

Le 18 avril dernier, la rédaction de Polynésie la 1^{re} publie une information sur les causes du décès 3 mois plus tôt d'un jeune homme de 23 ans : une enquête est ouverte, car l'autopsie avait démontré qu'il était mort suite à un mauvais dosage de produit dopant (clenbutérol). Son père témoigne et un pneumologue est interviewé et enregistré à son insu par téléphone. L'article est publié sur le site internet vers 17 h.

Les parents étant séparés (et en mauvais termes), la famille maternelle du jeune homme fait alors pression pour empêcher la diffusion dans les journaux télévisés du soir. Les deux journalistes qui signent le reportage reçoivent en quelques heures plusieurs messages de menaces. L'un des membres de la famille entre même dans la station et a un échange avec une des rédactrices en chef qui choisit finalement de flouter la photo du jeune homme (fournie par le père).

Que prévoit la charte éditoriale de France Télévisions en matière de traitement des faits divers et judiciaires (droit à l'image des victimes et des mis en cause, publication des noms, protection des journalistes) ?

Réponse de la direction :

La décision de flouter le visage du jeune homme est totalement assumée par la rédactrice en chef, sa mère n'étant pas du tout au courant des raisons de sa mort, mais sans extraire le commentaire des journalistes. La directrice a tenté de prévenir les journalistes en les appelant et en leur envoyant un SMS. Ils n'ont pas répondu. Elle se dit toujours prête à débattre de la question mais dans le cadre qui correspond.

Direction de l'info régionale TV

**France 3 Centre-Val de Loire :
derrière l'académie, l'extrême
droite invisibilisée**

Le 19 mars 2025, un reportage de France 3 Centre-Val de Loire a présenté le projet de l'Académie Saint-Louis, dans le Loir-et-Cher, une nouvelle école avec un internat.

Ce site a été acquis par la Fondation du Bien commun, créée par le milliardaire Pierre-Edouard Sterin. Une école catholique hors contrat et non mixte. Est-ce déontologique de ne pas mentionner que ce milliardaire anti-IVG est très proche de l'extrême-droite ? Un reportage très laudateur sans aucun recul, diffusé sur Facebook.

En revanche, le site web de France 3 Centre-Val de Loire a publié le 21 mars un article qui questionne sur le sujet avec des avis contradictoires. Un vrai travail de journaliste.

Réponse de la direction :

Il n'y a pas deux lignes éditoriales entre le web et le linéaire. Le reportage TV a été construit afin de s'intégrer dans une page avec une autre entrée plateau sur le même sujet. L'information manquante à l'origine de la polémique (proximité du financeur principal avec l'extrême-droite) se trouvait dans le lancement et dans la chronique plateau qui suivait.

L'Académie Saint-Louis de Chalès a choisi de ne reprendre sur Facebook que le reportage dans lequel n'apparaissait aucune information de nature polémique. La direction reconnaît que le principe de séquencer les informations avec l'avènement aujourd'hui des réseaux et la rediffusion parcellaire doit pousser à repenser le principe de "la page" et inciter à mettre les informations majeures dans le sujet.

Pour le SNJ, un lancement amène à comprendre ce que l'on va voir, mais il ne doit pas empêcher le sujet de "se tenir seul" en mentionnant les éléments qui font débat. La chronique qui va plus loin ensuite n'en sera que plus justifiée.

Le service juridique de France TV a fait supprimer le post Facebook.



Week-end à Rome



La région Grand-Est a organisé un voyage de presse à Rome du 12 au 16 mai. La Villa Médicis ouvrait ses portes aux élèves de lycéens pros et agricoles qui avaient travaillé toute l'année à un projet visant à réaliser un chef-d'œuvre. Une équipe de Lorraine s'y est rendue (repas et hébergement défrayés par la région) afin de réaliser un mag.

La Direction peut-elle rappeler les règles encadrant ces voyages organisés ? Les rédactions peuvent-elles accepter de se voir offrir certains frais de voyage ?

Réponse de la direction :

Les principes sont clairement établis. Deux critères doivent être cumulés pour justifier une couverture par un voyage de presse : la participation doit être le seul moyen d'accéder à un lieu (ou le voyage vers ce lieu doit faire partie du sujet lui-même) et les frais doivent être refacturés à la Direction. Pour le magazine tourné sur les jeunes en résidence à la villa Médicis, l'équipe a été hébergée dans une des chambres réservées par la Région pour des raisons de commodités et ces frais font l'objet d'une refacturation en cours de traitement.

Travail clandestin ou passe-droit ?

Lors de la dernière édition du Printemps de Bourges, le Délégué antenne et contenu a fait accréditer sa fille pour assister aux concerts.

Mais pas seulement. Cette dernière a pris des photos et des vidéos qui se sont retrouvées sur nos réseaux sociaux et dans nos articles.

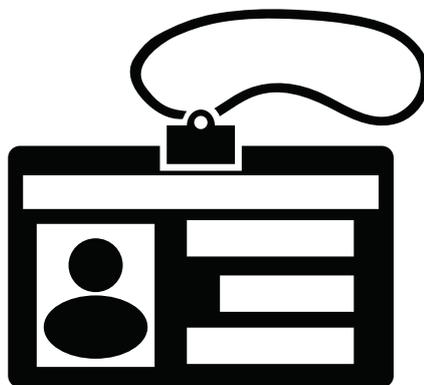
Elle a, dans ce but, été “intégrée” dans la boucle WhatsApp des contributeurs numériques/journalistes travaillant sur le Printemps de Bourges.

Cette jeune femme a-t-elle été rémunérée pour son travail ? A-t-elle eu un contrat ?

Peut-on “intégrer” une personne étrangère à l’entreprise dans un groupe WhatsApp professionnel ?

Peut-on publier / diffuser à notre propre compte des vidéos et des photos amateurs ?

Peut-on faire accréditer un membre de sa famille lors d’évènements que nous couvrons ?



Réponse de la direction :

Une procédure disciplinaire est en cours. La direction demande à ne pas aller plus loin sur le fond pour le moment.

Lancements natio ICI

La CFDT FTV dénombre un grand nombre d’erreurs dans lesancements envoyés pour la tranche natio des éditions Ici.

Pouvez-vous expliquer qui rédige cesancements et comment ils sont vérifiés/validés ?

Pouvez-vous “renforcer” le processus de validation afin d’éviter ces erreurs qui mettent en difficulté les présentateurs en région et décrédibilisent nos éditions régionales ?

Réponse de la direction :

L’erreur est humaine et même les rédacteurs en chef se trompent. Pour chacun des cas, la direction a reconnu des erreurs, du contre-sens à “l’étourderie”, pour lesquels un rappel à l’ordre a été fait.

Elle précise que ce sont bien les rédacteurs en chef des éditions qui rédigent lesancements. Elle recommande donc une plus grande vigilance, ainsi qu’une relecture par les chefs de service et/ou par les journalistes rédacteurs qui écrivent leur première proposition de lancement, avant que le sujet ne soit terminé et validé, tout en précisant que les présentateurs ont toute latitude pour réécrire “dans leur style” ces propositions. Attention, “des éléments de contexte” sont envoyés au préalable et n’ont pas vocation à servir dans lesancements.

Remarque du SNJ : pour lesancements qui arrivent pendant le JT , c’est le système D.

Publicité(s) clandestine(s)... encore ?

Le 28 février 2025, un reportage sur la réouverture des cercles de jeu à Paris, diffusé sur France 3 Île-de-France (19/20), a été tourné dans un seul établissement.

On voit à plusieurs reprises le nom de l’entreprise. Il n’est pas dit dans le commentaire si d’autres propriétaires d’établissements ont été contactés pour réaliser ce reportage...

Un autre cas, dans le 19/20 de Paris Île-de-France du 15 septembre 2024 : à l'occasion d'une chronique sur la production de légumes en Île-de-France, le nom et l'adresse d'un restaurant ont été donnés à l'antenne.

Réponse de la direction :

Dans le cas du sujet sur la réouverture des cercles de jeux à Paris, l'actu est réelle, "incontournable" pour la Direction. Le rédacteur en chef adjoint a pris contact avec un seul établissement (plusieurs autres n'étaient soit pas disponibles, soit pas volontaires pour s'exprimer). Elle rappelle que les autres établissements auraient dû être cités. La directrice de PIDF et le rédacteur en chef ont reçu l'adjoint - non titulaire - à l'encontre duquel une procédure disciplinaire a été lancée car "il y [avait] récidive".

Dans le cas d'un sujet et d'une chronique qui mentionnaient le nom et l'adresse d'un restaurant, la direction a demandé aux rédacteurs en chef de veiller à proscrire toutes formes de publicité clandestine. Le journaliste a été convoqué pour un rappel aux règles de déontologie et d'éthique. La directrice de PIDF a envoyé à l'ensemble de la rédaction les règles de l'Arcom.

Le SNJ a demandé que ce mail soit annexé au compte rendu pour servir plus largement dans le réseau.

— Direction de l'info régionale numérique —

France 3 Côte d'Azur : confusion volontaire entre journalisme et communication

Le week-end du 3 et 4 mai 2025, pour "couvrir" l'opération Grands Chefs à St Tropez, un producteur artistique (FTV Marseille) a publié toute la journée des vidéos sur Instagram et sur TikTok, en faisant des interviews et des vidéos en boîte de nuit ("Chico et les Gypsies enflamment Bagatelle à St Tropez") sous le compte de F3 Côte d'Azur.

Ce producteur artistique n'est pas JRI, ni vidéo ou journaliste avec une compétence complémentaire. Sa fiche de poste ne comprend aucune de ces compétences.

La question du respect des métiers et des accords UTS se pose, mais également celle de la déontologie (communication versus journalisme).

Que compte faire la Direction pour faire respecter nos accords et nos métiers ?

Que compte-t-elle faire pour que, sur les différentes plateformes du web, il n'y ait plus de confusion entre publications journalistiques et publications de communication ?

Réponse de la direction :

Les vidéos produites par ce producteur artistique étaient réalisées dans le cadre d'un partenariat entre l'évènement et France 3 Côte d'Azur et constituaient des "modules d'ambiance" pour la communication. Ces "modules" ont été commandés et validés par le coordinateur régional et réalisés par un producteur artistique formé par UFTV au tournage avec smartphone, comme les collaborateurs de la communication et du marketing digital. Il s'agit donc bien de communication et pas d'information.

L'affirmation selon laquelle "une signature image précisant "évènement en partenariat avec France 3 Côte d'Azur" n'a pas convaincu. Après vérification, seul un logo de la palme d'or apparaît. Le SNJ a demandé qu'un vocabulaire précis évite tout amalgame et assure la transparence pour les internautes et utilisateurs des réseaux.

La direction a lancé le principe d'une réflexion avec des propositions que nous allons nous empresser de lancer. Sur les sites internet, la direction précise que rien ne peut être lancé de manière définitive avant 2 mois en raison du changement d'url.

Intelligence artificielle

- Où en est-on de la Charte IA ?
- Comment encadrer l'utilisation de plus en plus fréquente de l'IA par les journalistes ?

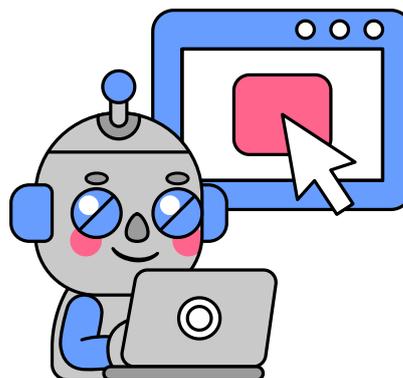
La direction peut-elle rappeler les règles en vigueur dans l'entreprise ?

Ex : Rédaction d'articles web "info pratique" par l'IA ou génération d'illustrations par l'IA (non créditées) pour des reportages TV dans les dossiers "Paroles de centaines" en Alsace.

Réponse de la direction :

L'usage des IA génératives est encadré par une note de la direction de l'information. La responsabilité de l'IA n'est pas opposable en cas d'erreur. Elle rappelle les règles connues :

- Utilisation de l'IA quand on ne peut pas faire autrement ;
- Choix qui ne doit pas être fait sur une seule initiative personnelle (discussion collective et validation par l'encadrement) ;



- Son usage doit rester parcimonieux pour ne pas alimenter un "pillage organisé" de la création.

L'utilisation de l'IA pour rédiger des articles n'est pas autorisée. De nouvelles fonctionnalités sont à l'essai, mais restent encadrées. Rien n'est publié automatiquement et la validation d'un journaliste est obligatoire.

Mélange des genres

En Alsace, sur le web, le mélange des genres (informations / communication) est toujours troublant.

Un article a été rédigé par la communication uniquement à partir d'un dossier de presse, or, à aucun moment, cela n'est explicité. Bien au contraire, des "elle témoigne", "elle explique", laissent entendre que la chargée de communication a interviewé ces personnes.

De plus, le fait de mentionner "France 3 est partenaire de l'évènement" n'est pas suffisant. En effet, "être partenaire" d'un événement ne signifie pas forcément que l'article en question relève de la communication. Un journaliste peut écrire un article sur un "évènement" dont France TV est partenaire sans pour autant en faire "la pub".

Nous demandons une clarification de nos contenus. Dans l'identification des articles ET dans leur rédaction.

La direction peut-elle rappeler les règles encadrant les articles de communication ? (transparence, indication des sources ...)?

Réponse de la direction :

Un nouvel exemple de brouillage des genres entre information indépendante de tout autre objectif et valorisation d'un événement. Avec en plus une forme de malhonnêteté intellectuelle puisque les personnes "interviewées" ne l'ont pas été par le service communication de la chaîne, signataire de l'article.

La direction renvoie au travail engagé sur la différenciation des catégories d'articles pour les sites régionaux de France Info. Avec des "zones réservées pour les différents articles des programmes, de la com ou des partenariats".

La Direction va intégrer cet exemple à la réflexion sur la différenciation par le vocabulaire qui doit apparaître pour distinguer les contenus com ou info.

Région Centre

En région Centre-Val de Loire, il arrive régulièrement que des articles web soient réécrits et publiés en déclinaison d'un sujet TV réalisé au préalable. Ces articles sont parfois écrits par des chargés d'édition numérique qui ne sont pas journalistes. Le 15 mai, un article a été publié à partir d'un sujet TV concernant l'installation d'une nouvelle statue du général de Gaulle à Orléans.

L'article porte la signature du rédacteur auteur du reportage TV et celle de la CEN. Or, le rédacteur n'a pas été informé de cet article. Article qui comporte une erreur factuelle que le rédacteur n'aurait pas laissée passer s'il en avait été informé. Il y a un risque juridique évident à se retrouver désigné comme co-auteur d'un article qu'on n'a pas rédigé. De plus, la co-auteurice n'est pas journaliste et n'a pas la même responsabilité juridique. Le minimum serait que ces articles soient relus par les auteurs du reportage TV qui sont à l'origine du sujet. Mais sur le fond, des CEN ne doivent pas produire de contenu journaliste.

Cette méthode n'a pas d'autre but que d'augmenter la productivité et le nombre d'articles écrits, mais il s'agit d'une dérive qui doit cesser.

La direction a-t-elle l'intention de mettre un terme à ces pratiques ?

Réponse de la direction :

Un chargé d'édition numérique peut "participer" à la production d'un article pour "mieux aider au référencement par Google".

Précision essentielle pour le SNJ. Il ne s'agit en aucun cas de réécrire le contenu journalistique et les informations qu'il contient, mais bien de proposer des solutions pour permettre que l'article soit mieux valorisé par le moteur Google. Ce travail doit alors se faire en lien avec l'auteur en priorité, le cas échéant, lorsque c'est impossible, avec la validation du rédacteur en chef en charge du numérique.

La cosignature d'une personne non-journaliste est effectivement un problème, car seul un journaliste est pénalement responsable de ses publications.

Quant au fait de reprendre ou modifier un papier sans en informer l'auteur, la direction va rappeler qu'il s'agit d'un préalable obligatoire.



http://

Changement d'URL

À la suite du changement d'URL et de la perte de référencement du site de France Télévisions qui s'en est ensuivi, une consigne a été donnée de publier le plus d'articles possibles dans les antennes, et de conserver, si possible, les contenus plus travaillés pour plus tard. Quelles conséquences sur notre ligne éditoriale ?

Réponse de la direction (rapportée par écrit, car la question n'a pas pu être posée en commission)

Une perte de référencement temporaire est effectivement une conséquence attendue pour le site internet de France Télévisions suite au changement de l'URL depuis le 14 mai. Les équipes de la direction du numérique et, plus spécifiquement, celles en charge du référencement (SEO) ont accompagné les rédactions régionales lors de cette période avec un certain nombre de préconisations ayant pour but de minimiser l'impact de cette transition et de favoriser une reprise rapide de notre trafic issu des moteurs de recherches.

Ces recommandations étaient les suivantes :

- Limiter les publications de nouveaux contenus durant la nuit de la migration des URL ;
- De J-1 à J+2, éviter de publier les articles à forte valeur ajoutée (enquêtes ou grands formats) qui pourraient ne pas être visibles sur Google ;
- Dès le lendemain de la bascule, maintenir, voire augmenter la production d'articles afin de sécuriser la visibilité du site sur Google.

Ces consignes n'ont pas entraîné de modification de la ligne éditoriale. Il était surtout question d'ajuster la temporalité des heures de publication.

Précision a posteriori du SNJ :

Ce basculement d'URL est intervenu le 13 mai, date clé pour la Nouvelle-Calédonie qui, un an après le déclenchement des émeutes, avait prévu justement une série d'articles à forte valeur ajoutée, sans possibilité de les différer en raison de la "date anniversaire".

**Vous pouvez nous envoyer vos questions tout au long de l'année,
à l'adresse : snj@francetv.fr
Nous les compilons pour chaque commission.**