



# GUIDE DE DÉONTOLOGIE

(Adopté par le conseil d'administration de Réseau.Presse  
le 21 novembre 2021)

## PRÉAMBULE

### Qui sommes-nous?

Réseau.Presse, appelé anciennement Association de la presse francophone, est depuis 1976 l'unique entité regroupant les médias écrits de langue française qui sont au service des communautés acadiennes et francophones en situation minoritaire au Canada.

En plus d'être le point d'ancrage de ces médias qui atteignent plus d'un million de francophones et de francophiles par année, Réseau.Presse est également responsable Francopresse depuis 1988.

### Mission des équipes rédactionnelles

De l'information exacte, exhaustive et variée constitue l'un des piliers d'une société libre et démocratique. Dans cet esprit, Réseau.Presse participe activement à la protection de la liberté de presse et à la défense du droit à de l'information de qualité en français au Canada.

Les journaux membres de Réseau.Presse ainsi que Francopresse offrent des contenus journalistiques d'intérêt local, régional et national de qualité en français. Ce contenu témoigne de la réalité et du dynamisme des communautés acadiennes et francophones des quatre coins du Canada et contribue à leur rayonnement.

### Valeurs fondamentales des équipes rédactionnelles

Les journaux membres de Réseau.Presse et Francopresse adhèrent aux valeurs fondamentales inscrites dans la [\*Charte de la presse écrite de langue française en situation minoritaire au Canada\*](#), soit :

- l'indépendance
- l'impartialité
- l'intégrité
- la rigueur
- l'équité.

### Principes déontologiques des équipes rédactionnelles

Dans leur travail de recherche, de collecte, de vérification, de production et de traitement de l'information, les équipes rédactionnelles des journaux membres de Réseau.Presse et de Francopresse souscrivent aux principes énoncés ci-après.

Il est important de souligner que le présent guide n'est pas un code. Il comprend plutôt des lignes directrices auxquelles les équipes rédactionnelles se conforment de bonne foi, en faisant preuve de jugement selon la situation. Les équipes s'y reportent pour orienter leurs décisions et leurs actions.

### Article 1

Par leur travail, les équipes rédactionnelles visent à servir l'intérêt public. Elles le font notamment en assurant une libre circulation de l'information, en dénonçant les crimes, actes répréhensibles et abus,

en protégeant la santé et la sécurité publiques et, enfin, en mettant au jour les procédés destinés à tromper le public.

Elles sont à la recherche de la vérité et travaillent à comprendre les enjeux auxquels sont confrontées les communautés à qui elles s'adressent. Toutes les décisions qu'elles prennent tiennent compte en priorité du droit du public à une information pertinente et de qualité.

## **Article 2**

Les équipes rédactionnelles agissent en toute indépendance et ne sont assujetties à aucun intérêt particulier, qu'il soit économique, politique, idéologique ou autre. Elles ne laissent jamais leurs intérêts personnels influencer leur travail.

## **Article 3**

Sensibles aux liens de proximité qu'elles entretiennent avec les communautés qu'elles couvrent, les équipes rédactionnelles évitent sciemment tout conflit d'intérêts réel ou toute apparence de conflit d'intérêt.

## **Article 4**

À l'exception des textes d'opinion, les équipes rédactionnelles font abstraction de leurs impressions personnelles concernant les personnes et les sujets dont elles traitent. Elles travaillent avec équité, impartialité et honnêteté, en laissant de côté leurs préjugés favorables ou défavorables.

## **Article 5**

Les équipes rédactionnelles s'efforcent de bien connaître les sujets qu'elles auront à traiter avant de mener des entrevues ou d'arriver sur les lieux d'un reportage.

De même, elles font le nécessaire, dans les limites du raisonnable, pour vérifier la validité de l'information qu'elles recueillent.

## **Article 6**

Les équipes rédactionnelles travaillent avec rigueur et s'assurent de livrer de l'information claire, structurée et conforme aux faits et témoignages recueillis.

Elles s'engagent à rapporter toute citation fidèlement. Elles peuvent néanmoins éliminer les fautes de grammaire, les tics de langage, les vulgarités et les répétitions inutiles.

## **Article 7**

Les équipes rédactionnelles cherchent toujours à présenter le portrait le plus complet possible d'un dossier, même si cela doit s'échelonner sur une certaine période. Elles offrent aux différents acteurs pertinents – qu'il s'agisse de personnes ou d'organisations – la possibilité de faire valoir leur point de vue.

Bien qu'il soit normalement souhaitable d'accorder un droit de réplique, celui-ci n'est cependant pas absolu. Les équipes rédactionnelles conservent en effet une autonomie éditoriale totale sur le contenu de l'ensemble de leurs plateformes.

## **Article 8**

Quel que soit le dossier faisant l'objet d'une couverture, les équipes rédactionnelles font preuve d'un esprit critique qui les incite à douter méthodiquement de tout.

## **Article 9**

Dans leurs textes d'opinion (éditoriaux, chroniques, critiques, billets, etc.), les équipes rédactionnelles respectent toujours les faits.

## **Article 10**

Les équipes rédactionnelles ne font jamais approuver leurs textes par l'une de leurs sources. Elles peuvent cependant soumettre d'elles-mêmes un ou des éléments à une source dans l'unique but d'en assurer l'exactitude, notamment lors du traitement d'un sujet complexe, par exemple en sciences ou en finances.

## **Article 11**

Conformément aux pratiques exemplaires du travail journalistique, les équipes rédactionnelles ne soumettent pas à l'avance leurs questions à leurs sources. S'il est impossible de faire autrement pour obtenir de l'information, il est recommandé de le mentionner dans le texte.

## **Article 12**

Au nom du devoir de suite, les équipes rédactionnelles s'assurent, dans la mesure du possible, de continuer à suivre l'évolution des dossiers auxquels elles ont consacré un ou des textes. Ce devoir est jugé particulièrement important dans les cas où des accusations sont portées contre une personne ou une organisation qui finit par être déclarée non coupable devant un tribunal.

## **Article 13**

Les équipes rédactionnelles ne sont pas infaillibles. Si elles commettent une erreur ou un manquement considérable, elles se font un devoir d'apporter rapidement une correction qui reflète l'importance de ce qui est à rectifier.

## **Article 14**

Les équipes rédactionnelles respectent toutes les législations et les ordonnances de la cour.

## **Article 15**

Les équipes rédactionnelles respectent la présomption d'innocence et le droit à un procès juste et équitable.

## **Article 16**

Les équipes rédactionnelles ne donnent pas leur matériel journalistique non diffusé (par exemple, des enregistrements d'entrevue, une série entière de photos d'un événement ou une vidéo avant édition) à des tiers, sauf sur ordonnance de la cour ou si l'intérêt public le justifie.

## **Article 17**

Les équipes rédactionnelles ne paient jamais une source pour obtenir de l'information.

## **Article 18**

Les équipes rédactionnelles n'acceptent jamais d'argent, de cadeau ou de faveur dans le cadre de leur travail, sauf s'il s'agit d'une simple marque d'hospitalité, d'un élément de peu de valeur ou d'un élément servant à l'accomplissement de leur travail (tels un livre ou un billet de spectacle pour une critique).

Sauf dans le cas d'une formation ou d'une activité de perfectionnement, les équipes rédactionnelles n'acceptent pas non plus de voyage gratuit ou de contribution financière couvrant des frais de déplacement. Si elles le font, elles le précisent clairement dans leurs textes.

## Article 19

Les équipes rédactionnelles ne rédigent pas de textes publicitaires. Si elles doivent le faire en raison de la taille réduite de leur organe médiatique, elles ne les signent pas afin de préserver leur crédibilité journalistique et celle de leur entreprise de presse auprès des communautés à qui elles s'adressent. Elles s'assurent que toute forme de publiereportage est expressément identifiée.

## Article 20

Les équipes rédactionnelles ne recourent à une source anonyme qu'en situation d'exception ou si elles ne peuvent raisonnablement obtenir les faits autrement. Elles expliquent alors au lectorat pourquoi elles doivent préserver l'anonymat de leur source et donnent des éléments contextuels permettant d'en juger la crédibilité.

## Article 21

Si, de manière exceptionnelle, une équipe rédactionnelle promet l'anonymat à une source – ce qui doit habituellement faire l'objet d'une discussion avec la direction de la rédaction – elle en respectera la confidentialité, sauf si cette source l'a sciemment trompée.

## Article 22

Les personnes membres des équipes rédactionnelles s'identifient toujours clairement comme des professionnels de l'information auprès des personnes et organisations avec lesquelles elles entrent en contact dans le cadre de leurs fonctions.

## Article 23

Les équipes rédactionnelles qui prennent contact avec une personne peu familière avec le travail journalistique s'assurent que cette dernière comprend bien qu'elle s'expose à être identifiée et citée et que sa photo peut être diffusée.

## Article 24

Après des discussions exhaustives avec la direction de la rédaction, les équipes rédactionnelles peuvent exceptionnellement recourir à des procédés clandestins pour obtenir de l'information s'il n'est pas possible ou prudent d'agir autrement.

## Article 25

Les équipes rédactionnelles respectent le droit à la vie privée et à la dignité, tout en tenant compte de l'intérêt public et du droit de la population à l'information.

## Article 26

Les équipes rédactionnelles font preuve d'ouverture devant la critique, sans cependant tolérer le harcèlement ou le langage offensant.

## Article 27

Dans le respect des lois et des directives des autorités reconnues et compétentes, les équipes rédactionnelles font preuve de prudence et de compassion pour identifier des victimes d'accident ou d'actes criminels.

## Article 28

Les équipes rédactionnelles font preuve de respect et de discernement pour traiter d'éléments susceptibles d'alimenter la discrimination, tels l'appartenance ethnique, l'âge, l'orientation sexuelle, le genre, un handicap ou la religion. Elles veillent également à ne pas susciter la haine, la violence ou le mépris.

## Article 29

En général, les équipes rédactionnelles n'identifient pas les personnes mineures dans leurs textes et s'assurent de ne pas fournir d'éléments contextuels permettant de les identifier. Les parents peuvent toutefois consentir à ce que l'identité de leur enfant soit indiquée. De même, selon le contexte, il peut être justifié d'identifier une personne mineure dans le cadre de sa performance ou sa prestation publique, notamment dans le domaine des sports ou des arts.

## Article 30

Les équipes rédactionnelles ne s'attribuent pas le travail des autres. Si elles reprennent une nouvelle provenant d'un autre organe médiatique ou des extraits d'une agence ou d'un communiqué de presse, une photo ou une vidéo d'une autre équipe ou organisation, elles en attribuent clairement l'origine.

## Article 31

Les personnes membres des équipes rédactionnelles usent de prudence et de discernement quand elles utilisent les réseaux sociaux ou participent à des événements publics à titre personnel.

Elles exercent un devoir de réserve raisonnable. Elles comprennent que, aux yeux de la population, elles demeurent des personnages publics qui doivent continuellement veiller à leur crédibilité et celle de leur organe médiatique, y compris dans leur vie de simples citoyens et citoyennes.

---

**Note :** Afin d'élaborer le présent Guide de déontologie, Réseau.Presse s'est inspiré des normes exemplaires de pratique, d'éthique et de déontologie en usage dans le milieu journalistique canadien et notamment des documents suivants :

- **Editorial Code of Conduct**, *The Globe and Mail*
- **Ethics Guidelines**, Association canadienne des journalistes
- **Guide de déontologie**, Conseil de presse du Québec
- **Guide de déontologie des journalistes du Québec**, Fédération professionnelle des journalistes du Québec
- **Guide des normes et pratiques journalistiques de La Presse**, *La Presse* (version 2018)
- **Normes et pratiques journalistiques** / Radio-Canada
- **Our News Principles**, Canadian Press et La Presse canadienne
- **Règles d'éthique et Code de conduite**, Télé-Québec