LES ENGAGEMENTS DES AGENCES DE PRESSE

❑ DEFINITION DES AGENCES DE PRESSE

Les agences de presse sont des entreprises qui fournissent aux médias (journaux quotidiens et périodiques, radios, télévisions, sites internet, livres, audiotel, minitel, ou tout autre média présent ou futur) tous éléments d'information, sous quelque forme que ce soit, et tirent leurs principales ressources de ces ventes. Elles interviennent en amont de la chaîne de l'information.

Elles collectent, mettent en forme et diffusent cette information à l'ensemble des médias en respectant des règles de déontologie très strictes qui s'ajoutent à la réglementation des agences de presse définie dans l'ordonnance du 2 novembre 1945 (modifiée) et interdisant notamment de se livrer à toute forme de publicité en faveur des tiers. Les agences de presse s'obligent à utiliser les services de journalistes professionnels et sont garants de leur intégrité et de leur indépendance.
Aucune entreprise ne peut se prévaloir de l'appellation « agence de presse » si elle n'est pas inscrite sur la liste établie sur proposition de la Commission Paritaire des Publications et Agences de Presse (CPPAP)

❑ RESPONSABILITE

Les agences de presse sont indépendantes et responsables des informations qu'elles diffusent. Celles-ci sont précises et honnêtes. La pluralité des informations et des points de vue exposés doit être équitable. La vérité est le principe directeur de ce métier. Les agences de presse et les journalistes agenciers évitent toute pratique pouvant être en désaccord avec leurs capacités à rendre compte et à présenter de façon juste, précise et impartiale, les informations. L'agence soutient le droit à la liberté d'expression de chacun, la liberté de la presse et le droit au respect de l'intimité de la vie privée. Les agences de presse ne peuvent soustraire de leur champ d'investigation aucune information susceptible d'intéresser le public.

❑ EQUILIBRE ET PRECISION

Les agences s'efforcent d'équilibrer l'information diffusée en multipliant les sources et les recoupements. Elles se prémunissent contre les inexactitudes, les négligences, les mauvaises interprétations en évitant l'exagération, l'omission ou la manipulation technologique. Elles reconnaissent les erreurs commises et les rectifient dans les meilleurs délais.

❑ INTEGRITE

Les agences de presse s'efforcent de traiter tous les sujets de façon impartiale et évitent de prendre parti dans les controverses. Les commentaires personnels exprimés par les journalistes sont clairement séparés de la relation des faits.
Les agences de presse ne tiennent pas compte de leurs propres intérêts dans la relation des faits. Elles n'accordent de préférence de traitement à qui que ce soit.

❑ INDEPENDANCE

Les agences de presse et leurs journalistes sont libres et se dégagent de toute obligation à l'égard des sources d'information quelles qu'elles soient.
Les agences de presse et leurs journalistes n'acceptent ni cadeau ni avantage significatif susceptibles d'influencer la relation des faits.
Les agences de presse évitent les prestations extérieures pour des personnes ou des institutions impliquées dans les domaines qu'elles ont en charge de couvrir. Elles s'engagent à faire en sorte que leurs journalistes gardent leur regard et leur éthique professionnels dans les prestations extérieures qu'ils seraient amenés à effectuer.