Globethics Repository



Code de déontologie [Code of Ethics]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see https://www.globethics.net. Data and content policy of Globethics Repository see https://repository.globethics.net/pages/policy.

Item Type	Postprint
Authors	Conseil de Presse Luxembourg
Publisher	Conseil de Presse
Rights	With permission of the license/copyright holder
Download date	2026-11-17 19:05:58
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/219054

Code de déontologie

Explications préliminaires

Un Code de déontologie, à l'exemple d'une Charte, se doit d'être facilement lisible pour les professionnels des médias autant que pour le public.
Il doit cependant être suffisamment complet pour couvrir les différents aspects concernant les médias, ceci dans le but de doter le Conseil de Presse des instruments nécessaires pour assumer une fonction de co-, voire d'autorégulateur.
Le Code doit donc être assez complet pour servir de ligne de conduite à la presse luxembourgeoise sans que sa lisibilité soit altérée par le volume et la complexité des articles.

Ce Code doit également être évolutif. Cette évolution est assurée par l'ajout de directives qui viennent, au fur et à mesure, le compléter. Le Conseil de Presse en séance plénière émet ces directives, soit de sa propre initiative, soit sur proposition de la Commission des plaintes. Ces directives facilitent l'interprétation ainsi que l'application des différentes dispositions du Code.

Dans la partie I du Code, le Conseil de Presse énonce des standards et des règles d'éthique professionnelles.
Dans la partie II, il énonce des recommandations et des directives utiles dans l'application du Code.
Dans la partie III, le Conseil de Presse fournit des commentaires article par article.

Sommaire **Partie I**

Chapitre I. - Champ d'application et objet
- Champ d'application — Art. 1
- Objet — Art. 2

Chapitre II. - Des droits et devoirs de la presse en général
- De la liberté d'expression — Art. 3
- De l'exactitude et de la véracité — Art. 4 a)
  - De la rectification de l'information — Art. 4 b)
- Du respect d'autrui — Art. 5
  - De la lutte contre la discrimination — Art. 5 a)
  - De la réprobation des actes de violence — Art. 5 b)
  - De la dignité humaine et de la vie privée — Art. 5 c)
  - De la protection des mineurs — Art. 5 d)
  - Du respect de la présomption d'innocence — Art. 5 e)
  - Du respect du droit d'auteur — Art. 5 f)
- De l'indépendance — Art. 6
  - Du refus de toute vénalité — Art. 6 a)
  - Du refus d'avantages — Art. 6 b)
  - Du refus de pression — Art. 6 c)
  - De la clause de conscience du journaliste — Art. 6 d)
  - Du refus de signature du journaliste — Art. 6 e)

Chapitre III. - Des pratiques journalistiques
- De l'obtention de l'information — Art. 7
  - Du secret des sources — Art. 7 a)
  - Du contact avec le public — Art. 7 b)
  - Des méthodes répréhensibles — Art. 7 c)
- De la présentation de l'information — Art. 8
  - De la distinction entre commentaire et information — Art. 8 a)
  - Des communiqués de presse — Art. 8 b)
  - De l'indication de l'auteur — Art. 8 c)
- De l'image, du son et de l'audiovisuel — Art. 9
  - Du droit à l'image — Art. 9 a)
  - De l'information visuelle — Art. 9 b)
  - Des montages — Art. 9 c)
  - Des reconstitutions — Art. 9 d)
- Des médias électroniques et de l'Internet — Art. 10
- De l'information commerciale et financière — Art. 11
  - De l'identification des publicités — Art. 11 a)
  - De la présentation des publicités — Art. 11 b)
  - De l'identification des informations financières — Art. 11 c)
  - De l'abus d'informations financières — Art. 11 d)
- Du traitement de données à caractère personnel — Art. 12

Chapitre IV. - Dispositions diverses
- Publicité du Code de déontologie — Art. 13
- Entrée en vigueur — Art. 14

Partie II

Recommandations et directives du Conseil de Presse

Partie III

Commentaires et article par article

Code de déontologie

Préambule

La liberté de la presse est la principale sauvegarde de la liberté d'expression, sans laquelle la protection des autres libertés civiques fondamentales ne saurait être assurée, tout en considérant que l'exercice de ces libertés comportent des devoirs et des responsabilités.

La presse doit avoir le droit de recueillir et de publier, sans entrave, informations et commentaires pour assurer la formation de l'opinion publique.

En référence à l'article 24 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 et approuvée par la loi du 29 août 1953 garantissant à tout un chacun la liberté d'expression qui comprend la liberté d'opinion et la liberté de recevoir ou de communiquer des informations ou des idées sans qu'il puisse y avoir ingérence d'autorités publiques et sans considération de frontière,

au vu de l'article premier de la loi du 8 juin 2004 sur la liberté d'expression dans les médias assurant 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 et éditeurs,

le Conseil de Presse réuni en séance plénière du 28 mars 2006 a arrêté le présent Code de déontologie.

Partie I.

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

Art. 1 Champ d'application

Les dispositions du Code de déontologie s'imposent à tous les acteurs de la presse luxembourgeoise et à tous les médias visés par la loi.

Les destinataires du Code de déontologie sont notamment les personnes physiques ou morales qui sont visées par la loi du 8 juin 2004 sur la liberté d'expression dans les médias, ci-après la loi, sous les termes d'éditeur, journaliste ou collaborateur.

Les éditeurs s'engagent à faire connaître et à respecter le présent Code par leurs collaborateurs.

Les médias destinataires du Code sont notamment la presse écrite, les médias audiovisuels et électroniques.

Art. 2 Objet

Le Code de déontologie fixe des règles inhérentes à l'exercice de la liberté d'expression dans les médias.

Il permet au Conseil de Presse d'exercer sa mission 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

Les journalistes et les éditeurs s'engagent à défendre la liberté d'information et les droits qu'elle implique, la liberté du commentaire et de la critique, l'indépendance et la dignité de la profession.

Art. 4 De l'exactitude et de la véracité

a) La presse s'engage à appliquer la plus grande rigueur dans la recherche des informations et à en vérifier la véracité.

En cas de doute sur la véracité des faits ou des informations que le public a un intérêt prépondérant à connaître, la presse veille à les présenter avec les réserves nécessaires.

b) Les informations et affirmations qui, après avoir été publiées, se révéleraient fausses ou inexactes, seront rectifiées spontanément, sans restrictions et sans préjudice des dispositions légales sur le droit de réponse.

Art. 5 Du respect d'autrui

a) La presse s'engage à éviter et à s'opposer à toute discrimination pour des raisons de sexe, de race, de nationalité, de langue, de religion, d'idéologie, d'ethnie, de culture, de classe ou de convictions, tout en assurant le respect des droits fondamentaux de la personne humaine.

b) La presse s'engage à ne pas admettre ni glorifier les crimes, le terrorisme et autres actes de cruauté ou de violence.

c) La presse s'engage à respecter et à défendre la dignité humaine de chaque individu.

Elle s'engage à respecter le droit à la vie privée de chaque individu. Toutefois, dans certains cas exceptionnels l'intérêt public et la liberté de la presse peuvent primer le droit à la vie privée.

d) La presse s'engage à attacher la plus grande attention à la protection des mineurs. Elle s'engage à éviter toute intrusion risquant de nuire à leur développement sans préjudice des dispositions légales en vigueur.

e) La presse s'engage à respecter la présomption d'innocence et évite de présenter publiquement une personne comme coupable de faits avant toute confirmation officielle.

f) La presse s'engage à respecter le droit d'auteur tel que défini dans la loi modifiée du 18 avril 2001 sur les droits d'auteur, les droits voisins et les bases de données.

Art. 6 De l'indépendance

a) Le métier de journaliste implique le refus de toute vénalité dans l'exercice de la profession ainsi que le refus de faire état de son influence professionnelle à d'autres fins que l'information et la formation de l'opinion publique.

b) 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 ses réserves.

d) Les journalistes ne peuvent pas être contraints à recourir à des pratiques contraires à l'éthique et à la déontologie de leur profession.

e) Les journalistes ne peuvent pas être contraints à signer une de leurs contributions qui aurait été modifiée substantiellement.

Chapitre III. – Des pratiques journalistiques

Art. 7 De l'obtention de l'information

a) La presse s'engage à observer le secret professionnel qui implique le droit de taire ses sources d'information, tel que défini dans la loi. Elle a le droit de refuser de divulguer dans le cadre d'une procédure administrative ou judiciaire des informations identifiant une source.

Elle s'engage à garantir que les sources d'information confidentielles ne seront communiquées sans autorisation expresse des informateurs.

b) Les journalistes sont censés 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.

c) Les journalistes et les éditeurs s'engagent à éviter tout travail sous anonymat ou tout recours à d'autres méthodes clandestines et répréhensibles pour obtenir des informations, des sons, des images ou des documents. Ils s'engagent à ne pratiquer l'enquête sous couvert que lorsque l'ampleur de l'information le justifie et que l'information ne peut être obtenue autrement.

Art. 8 De la présentation de l'information

a) La profession s'engage à départager soigneusement ce qui relève de l'opinion personnelle, de l'analyse et de l'information factuelle afin de ne pas engendrer de confusion dans le public. Les journalistes s'engagent tout autant à respecter les faits, même dans les genres journalistiques où l'expression des opinions prend une large place.

b) Les communiqués de presse et autres communications officielles sont à identifier clairement comme tels afin d'éviter toute confusion avec des travaux journalistiques. Les journalistes s'engagent à ne signer de leur nom que les contributions qui ont été conçues par eux.

c) La presse s'engage à ne commettre aucun plagiat et à citer les auteurs ou les sources dont elle reproduit une information.

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, …) 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 d'illustration ou d'archives.

Les photomontages sont à marquer de manière visible comme tels.

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 médias électroniques et de l'Internet

Le présent Code de déontologie s'applique aux informations diffusées par les professionnels des médias sur Internet ou par tous autres moyens électroniques existants ou à venir.

Avant de procéder à la création d'hyperliens, la presse s'engage à vérifier si les pages visées ne contiennent des contenus illicites. Dans cette dernière éventualité, elle s'engage à s'abstenir de tout lien électronique.

Art. 11 De l'information commerciale et financière

a) La publicité doit être 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 identifiées afin d'éviter toute confusion.

b) Les journalistes s'engagent à ne signer de leur nom des articles publicitaires. La presse s'engage à garder son objectivité dans la présentation et la communication d'informations ayant pour sujet des entreprises commerciales, des produits ou des services.

c) La presse qui produit ou communique des recommandations d'investissements a l'obligation de ne communiquer que des recommandations conformes aux exigences de la loi afférente et de les identifier clairement. Elle doit informer le public sur l'identité de la personne à l'origine de la recommandation et s'engage à avertir le public qu'elle décline toute responsabilité en cas d'échec d'une stratégie d'investissement.

d) Les journalistes et éditeurs s'engagent à ne pas utiliser à leur propre profit des informations financières qu'ils reçoivent en avance à la publication générale. Ils s'engagent à ne pas passer ces informations à des personnes intéressées avant la publication générale.

Ils s’engagent à ne pas communiquer à propos d’actions en Bourse où ils ont eux-mêmes, voire leurs proches, un intérêt personnel majeur.

Ils s’engagent à ne pas vendre ou acheter, ni directement, ni par intermédiaire, des participations, des parts en Bourse ou tous autres instruments financiers sur lesquels ils ont écrit récemment ou sur lesquels ils comptent écrire dans un futur proche.

Art. 12 Du traitement des données à caractère personnel

La presse s’engage à respecter le droit d’accès aux informations personnelles de chaque individu, ceci notamment dans le cas des données à caractère personnel tel que défini dans la loi sur la protection des données.

L’exercice du droit d’accès aux informations personnelles ne pourra toutefois jamais porter atteinte à la protection des sources du journaliste.

Chapitre IV. – Dispositions diverses

Art. 13 Publicité 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 4 décembre 1995 est abrogé.

Partie II

Recommandations et directives du Conseil de Presse

La loi autorise le Conseil de Presse d'émettre des recommandations ou des directives à l'attention des journalistes et éditeurs.

Les présentes directives du Conseil de Presse servent à préciser en cas de besoin respectivement l'interprétation et l'application des différents articles du Code de déontologie.

Ces directives émanant des réunions plénières du Conseil de Presse permettent à ce dernier d'assurer l'évolution du Code en tenant compte des développements sur le plan législatif, sociétal ou technologique.

Ad Art. 5 Du respect d'autrui

Art.5 a) « La presse s'engage à éviter et à s'opposer à toute discrimination pour des raisons de sexe, de race, de nationalité, de langue, de religion, d'idéologie, d'ethnie, de culture, de classe ou de convictions, tout en assurant le respect des droits fondamentaux de la personne humaine. »

Directive

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

Art.7 a) « La presse s'engage à observer le secret professionnel qui implique le droit de taire ses sources d'information, tel que défini dans la loi. Elle a le droit de refuser de divulguer dans le cadre d'une procédure administrative ou judiciaire des informations identifiant une source. »

Directive

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)

Art.7 c) « Les journalistes et les éditeurs s'engagent à éviter tout travail sous anonymat ou tout recours à d'autres méthodes clandestines et répréhensibles pour obtenir des informations, des sons, des images ou des documents. Ils s'engagent à ne pratiquer l'enquête sous couvert que lorsque l'ampleur de l'information le justifie et que l'information ne peut être obtenue autrement. »

Directive
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)

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

Art.9 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. »

Directive
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)

Ad Art. 12 Du traitement des données à caractère personnel

« La presse s'engage à respecter le droit d'accès aux informations personnelles de chaque individu, ceci notamment dans le cas des données à caractère personnel tel que défini dans la loi sur la protection des données.
L'exercice du droit d'accès aux informations personnelles ne pourra toutefois jamais porter atteinte à la protection des sources du journaliste. »

Directive :
Il est confié à la Commission des Plaintes du Conseil de Presse la mission de traiter toute réclamation à l'encontre d'un journaliste ou d'un éditeur en matière de protection de données.

Une intervention éventuelle de la Commission nationale pour la protection des données ne se fera qu'à titre subsidiaire au cas où la décision de la Commission des Plaintes ne donnerait pas satisfaction au requérant.
Dans tous les cas, le droit d'accès aux informations ne pourra être exercé qu'en présence du président du Conseil de Presse ou de son représentant.
(adoptée en réunion plénière du 28 mars 2006)

Le droit d'accès aux données ne pourra jamais porter sur l'origine des données. Il ne saura pas non plus se faire dans le but de compromettre la diffusion d'une publication.
(adoptée en réunion plénière du 28 mars 2006)

Partie III

Commentaires article par article

Il est rappelé que par la suite toute référence à la loi du 8 juin 2004 sur la liberté d'expression dans les médias est désignée par les termes « la loi » pour autant qu'il n'y a pas d'équivoque.

Ad Préambule

La liberté d'expression trouve son ancrage dans toutes les déclarations et conventions ayant trait aux droits de l'Homme.
Cette liberté qui doit pouvoir s'exercer sans restrictions, sans pression et sans censure, constitue un des piliers indispensables de toute société démocratique.

L'article 24 de la Constitution luxembourgeoise dispose : « La liberté de manifester ses opinions par la parole en toutes matières, et la liberté de la presse sont garanties, sauf la répression des délits commis à l'occasion de l'exercice de ces libertés. - La censure ne pourra jamais être établie.»

Le préambule expose les normes juridiques nationales et internationales applicables au Luxembourg justifiant l'existence du présent Code de déontologie et lui conférant sa force normative.

Ad Art. 1 Champ d'application

Cet article est une condition nécessaire à l'application du Code de déontologie.
La définition des termes de collaborateur, d'éditeur et de journaliste est celle de la loi.
« Le collaborateur est toute personne, journaliste ou non qui, auprès ou pour le compte d'un éditeur, participe à la collecte, l'analyse, le commentaire et le traitement rédactionnel d'informations.
L'éditeur est toute personne physique ou morale qui, à titre d'activité principale ou régulière, conçoit et structure une publication, en assume la direction éditoriale, décide de la mettre à la disposition du public en général ou de catégories de publics par la voie d'un média et ordonne à cette fin sa reproduction ou multiplication.
Le journaliste est toute personne qui exerce à titre principal une activité rémunérée ou qui exerce à titre régulier une activité générant des revenus substantiels, que ce soit en tant que salarié ou en tant qu'indépendant, auprès ou pour le compte d'un éditeur et qui consiste dans la collecte, l'analyse, le commentaire et le traitement rédactionnel d'informations.
Est assimilé au journaliste l'éditeur, personne physique, qui participe personnellement et de manière régulière à la collecte, l'analyse, le commentaire et au traitement rédactionnel d'informations. »

Ad Art. 2 Objet

Toute liberté comporte des droits et des obligations. Le Conseil de Presse, dans sa mission de défendre la liberté de la presse et dans celle lui accordée lors des débats parlementaires sur la loi du 8 juin 2004 sur la liberté d'expression dans les médias et plus particulièrement dans la motion du 13 mai 2004 par la Chambre de Députés établit avec le présent Code de déontologie les règles inhérentes au fonctionnement de la presse et à l'exercice de la liberté d'expression dans les médias.

Ad Art. 3 De la liberté d'expression

L'article 6 de la loi consacre non seulement le droit à l'information mais également le droit de communiquer l'information, de la commenter et de la critiquer.

La liberté de la presse se fonde sur le rôle social qui est dévolu aux médias et aux professionnels de l'information dans une société démocratique. Ce rôle consiste à rechercher, collecter, traiter, commenter et diffuser, sans entrave, l'information d'intérêt public nécessaire à l'existence et au maintien de la vie démocratique. La liberté de la presse découle des libertés fondamentales de pensée, de parole, d'expression et d'opinion reconnues dans divers documents d'ordre juridique, au plan national et international.
En prolongement des libertés susmentionnées, le droit à l'information prend racine dans la reconnaissance de l'intérêt légitime du public à être informé. Il précise les conditions d'exercice d'une presse libre dans une société démocratique, de même que les prérogatives et les responsabilités de ceux dont la fonction première est d'informer. Le droit d'être informé comprend le droit pour les médias et les journalistes de rechercher et de transmettre l'information sans entraves ni contraintes, et le droit du public d'y avoir accès en toute liberté.
A cet effet, il convient de rappeler les grands principes retenus dans la Déclaration universelle des droits de l'Homme et la Convention du Conseil de l'Europe.« Tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répandre, sans considérations de frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que ce soit. » (Article 19 de la Déclaration universelle des Droits de l'Homme)

« Toute personne a droit à la liberté d'expression. Ce droit comprend la liberté d'opinion et la liberté de recevoir ou de communiquer des informations ou des idées sans qu'il puisse y avoir ingérence d'autorités publiques et sans considération de frontière. » (Article 10 de la Convention de sauvegarde des Droits de l'Homme et des Libertés fondamentales du Conseil de l'Europe)

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

a) Le contrôle de l'exactitude et de la véracité de l'information est indispensable au maintien des hauts standards de la presse professionnelle. Cependant, lorsque malgré les efforts raisonnables compte tenu de la situation, l'information reste douteuse, il doit être permis à la presse de communiquer l'information en faisant part de ses doutes. Il s'agit de l'engagement de ne publier que les informations dont les

sources sont dignes de foi et de marquer les informations de source douteuse comme telles.

b) L'article 11 de la loi dispose que toute présentation inexacte d'un fait contenu dans une publication doit être rectifiée spontanément dès que l'inexactitude relative à la présentation du fait concerné est établie ou dès que le collaborateur concerné ou l'éditeur en ont eu connaissance.
Le Code de déontologie fait siennes ces considérations.

Ad Art. 5 Du respect d'autrui

a) Cet article traite de la discrimination directe.
Rappelons à ce sujet l'article II-21 du projet de Traité de Constitution européenne qui dit ceci : « Est interdite, toute discrimination fondée notamment sur le sexe, la race, la couleur, les origines ethniques ou sociales, les caractéristiques génétiques, la langue, la religion ou les convictions, les opinions politiques ou toute autre opinion, l'appartenance à une minorité nationale, la fortune, la naissance, un handicap, l'âge ou l'orientation sexuelle. »
Il existent des formes de communication qui, sans directement inciter à la discrimination ou à la haine, peuvent favoriser une atmosphère propice à créer dans le public des sentiments négatifs envers une communauté.

Un exemple puisé dans la pratique quotidienne est l'indication de la couleur de peau d'un interpellé à chaque fois qu'elle n'est pas blanche.

Il se recommande que la presse n'indique les origines raciales, nationales ou ethniques d'une personne que lorsque cette information est nécessaire pour comprendre les faits ou lorsqu'il y a un lien direct avec l'information. Il en est de même du sexe, de la langue parlée, de la culture, de la classe sociale, de la maladie, du handicap physique ou mental ou de la conviction religieuse, politique ou idéologique d'une personne.

b) La presse s'engage à ne pas glorifier ni défendre des actes de violence, de brutalité ou de cruauté.

c) Toute personne, qu'elle soit de notoriété publique ou non, a le droit fondamental à la vie privée, à l'intimité, à la dignité et au respect de la réputation. Le public, pour sa part, a le droit d'être informé sur ce qui est d'intérêt public et la presse a le devoir de l'en informer.
Que ce soit lors de la collecte, du traitement ou de la diffusion de l'information, les médias et les journalistes doivent faire preuve de prudence, de discernement et de circonspection. Ils doivent se soucier d'informer réellement le public, et doivent faire les distinctions qui s'imposent entre ce qui est d'intérêt public et ce qui relève de la curiosité publique.
La loi précise au sujet du respecte la vie privée de la personne dans ses articles 14 et 15 un certain nombre de modalités qui sont à respecter.

d) Le législateur, dans les différentes lois afférentes, accorde une protection spéciale aux personnes mineures, afin de ne pas compromettre leurs développement social et familial. L'éthique journalistique oblige également au respect de balises particulières

lors de la collecte, du traitement et de la diffusion d'informations concernant les mineurs, plus spécifiquement quant à leur identification.
Lorsque la presse juge pertinent d'informer le public sur les problèmes judiciaires des personnes mineures, elle s'abstiendra de publier toute mention propre à permettre leur identification, que ces personnes soient impliquées comme accusées, victimes ou témoins d'événements traumatisants.
Hors du contexte judiciaire, les médias et les journalistes devraient également être guidés dans l'exercice de leurs responsabilités professionnelles par le principe du respect de l'anonymat des jeunes, dont la sécurité et le développement pourraient être compromis. Ainsi, la presse devrait s'abstenir de donner des détails susceptibles de permettre l'identification de jeunes stigmatisés, que ce soit comme victimes, tiers innocents ou parce qu'ils vivent des difficultés personnelles graves.
La loi précise dans les articles 18 et 19 certaines dispositions au sujet de la protection des mineurs .

e) La Charte universelle des Droits de l'Homme fait de la présomption d'innocence un droit fondamental : « Toute personne accusée d'un acte délictueux est présumée innocente jusqu'à ce que sa culpabilité ait été légalement établie au cours d'un procès public où toutes les garanties nécessaires à sa défense lui auront été assurées. » La presse adhère à ce principe sans restrictions.
La loi précise les obligations des médias dans le contexte des procédures judiciaires dans ses articles 12 et 13.
Néanmoins, il arrive que la presse se saisisse d'affaires qui se déroulent en dehors des procédures judiciaires, mais relevant de l'intérêt du public à les connaître. Dans ce cas, la presse se munit de toutes les précautions courantes afin de respecter la présomption d'innocence.
En l'absence de procédures judiciaires, les journalistes feront preuve de prudence avant de dévoiler l'identité de personnes soupçonnées, à moins que les soupçons ne soient le résultat d'un travail journalistique rigoureux visant à mettre au grand jour des actes socialement répréhensibles.
Cette distinction entre procédures juridiques et affaires qui se déroulent en dehors de la juridiction explique le libellé : « … et évite de présenter publiquement une personne comme coupable de faits avant toute confirmation officielle. » au lieu de la formulation habituelle «… avant toute condamnation définitive ».

f) L'information diffusée dans les médias est du domaine public. L'on peut donc s'y référer, en rapporter la substance ou la citer.
En matière d'information, le travail d'autres médias peut être utile aux journalistes.
Toutefois, le fait qu'une information soit diffusée dans un média ne justifie en aucun cas un autre média de la copier ou de la reproduire impunément sans en mentionner la provenance ou sans l'autorisation de l'auteur. Non seulement la législation concernant les droits d'auteur, les droits voisins et les bases de données le réprouve, mais c'est aussi une question d'éthique professionnelle.

Ad Art. 6 De l'indépendance

Une condition nécessaire à la liberté d'opinion et d'expression est l'indépendance de la presse. Cette dernière veille avec une attention raisonnable à éviter elle-même tout ce qui pourrait mettre en doute son indépendance. Les paragraphes du présent article traitent des

différents cas de figure qui pourraient compromettre cette indépendance.

Ad Art. 7 Du secret des sources et de l'obtention des informations

a) La loi garantit la protection des sources dans son article 7. Néanmoins, certains cas qui se sont présentés depuis l'entrée en vigueur montrent que cette protection reste fragile tant que les milieux concernés ne disposent pas encore des expériences et routines nécessaires. Après entrevue avec le procureur d'Etat, le Conseil de Presse prévoit de charger son président ou en l'absence de celui-ci un des vice-présidents ou son représentant dûment mandaté avec la mission d'assister aux éventuelles perquisitions afin de veiller, à tout endroit, à ce que la protection des sources des journalistes soit respectée.

b) La presse s'engage à s'identifier auprès des personnes physiques sources d'information et de les informer, selon la situation donnée, de son intention de communiquer au public les informations recueillies. Cet article vise à avertir les personnes peu habituées au contact avec la presse. Les personnes doivent être conscients que les témoignages qu'elles font devant un journaliste peuvent trouver leur répercussion devant un large public.

c) Certains codes de déontologie se limitent à interdire l'utilisation dites déloyales, c'est à dire le travail sous couvert pour obtenir des informations. Si cette règle est applicable dans la plus grande partie du travail journalistique, elle ne peut cependant être absolue. Le scandale de « Watergate », pour prendre un des exemples les plus spectaculaires dans l'histoire du journalisme, ne serait jamais parvenu à la connaissance du public sans l'utilisation de méthodes non courantes. Mais dans bien des cas, ces pratiques sont nécessaires pour bien d'autres sujets, comme des enquêtes dans l'intérêt du consommateur (tests-achats, p.ex.).
L'article retenu sert donc à sensibiliser le journaliste à ne pas abuser de ces méthodes, tout en lui laissant le droit à cette panoplie de méthodes lorsque l'intérêt public l'exige.

La presse informe le public du recours à ces moyens en respectant le principe de la protection des sources et en tenant compte de l'intérêt du public à être informé dans la situation de l'espèce.

Ad Art. 8 De la présentation de l'information

a) Généralement, la règle retenue par cet article est le principe de séparation de faits et de commentaire.
Comme au Luxembourg, la presse écrite est une presse d'opinion, la limitation à la simple recommandation de séparer faits et commentaires ne semble pas suffisante. Ceci conduit à la conclusion qu'une séparation physique entre l'information et le commentaire est indispensable, c'est-à-dire il conviendrait de publier deux articles distincts.
Toutefois, il y a lieu de nuancer. Lorsque le public parvient à distinguer, même à l'intérieur d'un seul article, quels sont les faits, d'une part, et quels sont les opinions et commentaires du journaliste, d'autre part, la règle est supposée respectée.

Dans bien des cas, la formulation d'un titre, l'utilisation d'un adjectif est déjà l'expression d'une opinion, d'une évaluation du journaliste. Utiliser ces moyens pour attirer l'attention du public peut être en opposition avec la règle énoncée. Et il appartient au journaliste d'en être conscient.

b) Cette disposition se justifie par le fait que de plus en plus de sources officielles et d'entreprises se dotent de services de presse fournissant aux médias des communiqués « prêts à l'emploi ». Aussi la presse est-elle appelée à être particulièrement vigilante afin de permettre au public de distinguer entre le travail journalistique et le communiqué de tiers.

c) Le respect du droit d'auteur moral implique l'indication du nom de l'auteur ou de la source d'ont on reproduit une information.

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

Les règles déontologiques s'appliquent à tous les médias donc aussi à ceux de l'image, du son et de l'audiovisuel. Il y a lieu de fixer quelques règles spécifiques concernant l'image, en raison des possibilités qui découlent des moyens techniques et qui permettent toutes sortes de manipulations.

Ad Art. 10 Des médias électroniques et de l'Internet

Les médias électroniques prennent une importance considérable et croissante dans la société d'information moderne, de sorte qu'il est utile de préciser que le code de déontologie s'applique évidemment aussi à la communication d'informations par ces médias.

Ad Art. 11 De l'information commerciale et financière

a) Les annonces et publicités doivent être présentées d'une façon telle que le public ne puisse pas les confondre avec les informations journalistiques.

b) La presse est libre de traiter de manière indépendante des sujets tels que le commerce, les commerçants, les sociétés commerciales, les produits et services, les nouveautés des divers marchés. Même si dans ces cas la distinction entre les informations et la publicité cachée est difficile à faire, la presse doit en tout état de cause éviter à ne pas inciter à l'achat.
Des comparaisons et des recommandations de produits ou services basées sur des critères objectifs restent toutefois possibles.

c) Dans le cadre de cet article, il s'impose de renvoyer aux dispositions spécifiques de la loi relative aux abus de marché.

Ce volet étant particulièrement sensible, le Conseil de Presse veillera à ce que les dispositions en la matière, en vigueur ou à venir, soient transmis aux milieux concernés.

d) Les membres de la presse doivent éviter de retirer, directement ou indirectement, un avantage ou des profits des informations privilégiées dont ils pourront avoir connaissance dans l'exercice de leur profession.

Ad Art. 12 Du traitement des données à caractère personnel

La loi du 2 août 2002 relative à la protection des personnes à l'égard du traitement des données à caractère personnel renseigne des obligations au sujet du traitement des données réalisé dans le cadre de la liberté d'expression dans son article 9.
Il est envisagé de modifier la législation de sorte à confier à la Commission des Plaintes du Conseil de Presse la mission de traiter toute réclamation d'une personne privée à l'encontre de la presse en matière de protection de données. Le droit d'accès aux informations ne pourra être exercé qu'en présence du président du Conseil de Presse ou de son représentant.
Une intervention de la Commission nationale pour la protection des données ne se fera qu'à titre subsidiaire au cas où la décision de la Commission des Plaintes ne donnerait pas satisfaction au requérant.

Le droit d'accès aux données ne pourra jamais porter sur l'origine des données. Il ne saura pas non plus se faire dans le but de compromettre la diffusion d'une publication.

Ad Art. 13 Publicité du code de déontologie

La loi charge le Conseil de Presse de veiller à la publication du Code de déontologie en laissant le choix des moyens de publication au Conseil de Presse.

Ad Art. 14 Entrée en vigueur

Le présent Code remplace et abroge le Code de déontologie arrêté par l'assemblée plénière du Conseil de Presse du 4 décembre 1995.
Il entre en vigueur le jour suivant son approbation par l'assemblée plénière du Conseil de Presse. Il en est de même lors des mises à jour du Code de déontologie.

Le Conseil de Presse recommande de solliciter la publication du Code de déontologie dans le recueil C du Mémorial en raison de son importance et des références qui sont faites à son sujet dans la loi de base.
Le rôle et la portée de ce Code de déontologie ressortent en particulier de l'adoption de la motion du 13 mai 2004 par la Chambre de Députés.

Sources ayant servi à l'élaboration du Code de déontologie et aux commentaires :
La législation afférente, les codes de déontologie et les recommandations des conseils de presse, respectivement des fédérations de journalistes des pays suivants : Allemagne, Belgique, Canada, Danemark, Finlande, France, Suède, Suisse, (Québec), Royaume-Uni ainsi que de celui de la Fédération internationale des éditeurs de journaux (FIEJ), la déclaration des devoirs et des droits des journalistes de la Fédération Internationale des Journalistes (FIJ).