



**POLITIQUE DE RECEVABILITÉ
DES PLAINTES AU
CONSEIL DE PRESSE DU QUÉBEC**

**COMITÉ DE RÉVISION DES CONDITIONS DE
RECEVABILITÉ DES PLAINTES SOUMISES AU
CONSEIL DE PRESSE DU QUÉBEC**

LE 13 NOVEMBRE 2009

SOMMAIRE DU DOCUMENT

- 1. LES CRITÈRES DE RECEVABILITÉ**
- 2. LE SCHÉMA DU PROCESSUS D'ANALYSE**
- 3. CERTAINS EXEMPLES POUR ILLUSTRER L'APPLICATION DU PROCESSUS D'ANALYSE**
- 4. DÉFINITIONS**

1. LES CRITÈRES DE RECEVABILITÉ

Au moment d'établir la recevabilité d'une plainte, c'est-à-dire de déterminer si cette plainte relève de son champ d'intervention, le Conseil procède à une vérification en **deux** étapes :

ÉTAPE 1 – Le Conseil vérifie d'abord qu'il s'agit bien d'une plainte pour un manquement professionnel présumé, précis et significatif, concernant soit un acte ou un produit de nature journalistique publié ou diffusé publiquement, soit un principe général relatif à la liberté de presse ou au droit du public à l'information.

ÉTAPE 2 – Le Conseil s'assure ensuite que cette plainte respecte certaines obligations précisées à l'article 3 du Règlement sur l'étude des plaintes :

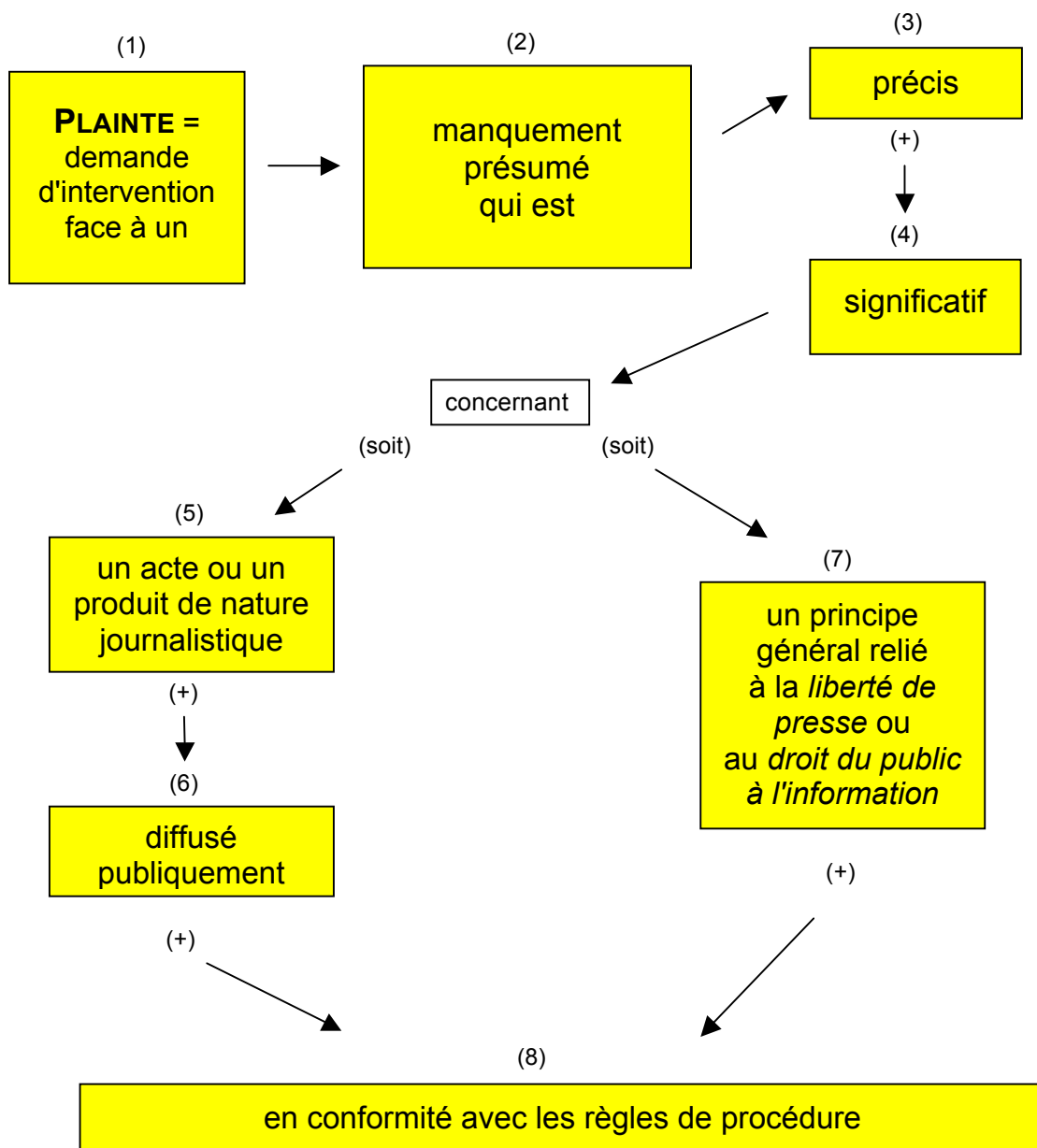
Cette « procédure » comprend onze articles dont quatre peuvent entraîner un refus à l'étape de la recevabilité et qui doivent donc être examinés à ce moment. Ils portent les titres :

- 3.1 Formulaire de plainte
- 3.3 *Sub judice*
- 3.4 Identification des plaignants
- 3.10 Prescription

Si, après vérification, la plainte respecte les conditions de l'étape 1 et 2, elle est considérée comme recevable.

2. LE SCHÉMA DU PROCESSUS D'ANALYSE

Le schéma suivant résume le processus d'analyse de la recevabilité d'une plainte :



EN PRATIQUE, LE RESPONSABLE DE LA RECEVABILITÉ :

1. S'assure qu'il s'agit bien d'une demande d'intervention de la part du Conseil de presse devant ultimement conduire à une décision de son comité des plaintes et de l'éthique de l'information (CPEI) et non d'un simple commentaire envoyé au Conseil.
2. Vérifie si ce qui est dénoncé par le plaignant peut représenter un manquement professionnel potentiel.
3. S'assure que le manquement dénoncé soit suffisamment précis pour que le CPEI puisse en mesurer adéquatement la portée et donc qu'il ne s'agit pas d'une récrimination générale, floue ou globale sur laquelle le comité n'a pas de prise.
4. Vérifie si le manquement dénoncé est suffisamment significatif et donc qu'il ne s'agit pas de banalités ou d'insignifiants sans conséquence pour les personnes visées.
5. S'assure que la plainte concerne un acte ou un produit de nature journalistique et non un produit d'une autre nature comme de la publicité ou un blogue de nature non journalistique.
6. S'assure également que le produit a connu une publication ou une diffusion publique.
7. Si la plainte rencontre les quatre premières conditions, mais qu'elle ne porte pas sur un acte ou un produit journalistique, le responsable s'assure qu'à tout le moins, elle concerne un principe général relié à la liberté de presse ou au droit du public à l'information.
8. Une fois ces vérifications faites, la personne responsable de la recevabilité s'assure que cette plainte respecte enfin quatre obligations particulières précisées à l'article 3 du Règlement sur l'étude des plaintes et portant :
 - a) sur le formulaire de plainte;
 - b) sur le respect de la règle du *Sub judice*;
 - c) sur l'identification des plaignants,
 - d) sur les règles concernant la prescription.

3. CERTAINS EXEMPLES (FICTIFS) POUR ILLUSTRER L'APPLICATION DU PROCESSUS D'ANALYSE

EXEMPLE 1) La plainte vise un documentaire produit par un journaliste pigiste dans une firme de production indépendante comme Zone3, et porte sur la sécurité du Pont Champlain. L'inexactitude concernerait un écart de plus de 30 ans entre l'âge réel et celui attribué au Pont. Le grief pour inexactitude sur l'âge du pont est précis et porte sur une information significative; le documentaire est un produit « de nature journalistique », la sécurité d'un pont achalandé est « d'intérêt public » et le documentaire a été « diffusé publiquement » sur les ondes de *TVA* qui l'a acheté de la maison de production. La plainte est recevable dans la mesure où elle rencontre les exigences du Règlement N° 3.

EXEMPLE 2) Une plainte pour saisie, par la police de Montréal, des cassettes d'un caméraman afin de servir en preuve au sujet des émeutes autour du Forum. Cette saisie peut constituer un manquement précis et significatif à un principe général relatif à la « liberté de presse », ou au « droit du public à l'information », puisqu'elle peut nuire ou empêcher la diffusion d'informations importantes. Si ce motif est précisé, même s'il ne concerne pas un acte journalistique ou un produit journalistique fautif et même si le produit n'est pas diffusé. La plainte devient recevable si elle rencontre aussi les exigences du Règlement No 3.

EXEMPLE 3) Une plainte vise le cas d'un livre écrit sur la sécurité dans les aéroports par un journaliste de *Radio-Canada*, à la retraite. Le livre en question contiendrait deux inexactitudes importantes sur les activités des dirigeants des compagnies responsables de l'entretien ménager et de l'approvisionnement. En recevabilité, on constate qu'il s'agit d'un « manquement précis et significatif », que le livre est un produit de nature journalistique et le fruit d'un acte journalistique, que la sécurité d'un aéroport est un sujet d'intérêt public et que le document est publié et distribué publiquement par les libraires. La plainte est recevable dans la mesure où elle rencontre les exigences du Règlement N° 3.

EXEMPLE 4) C'est le cas d'une plainte contre une tribune téléphonique animée par Jeff Tremblay et provenant de Plattsburgh (New York) par *Radio Liberté* qui diffuse outre frontière en français, recrutant la majorité de son auditoire au Québec, soit dans la Vallée-du-Richelieu et la Rive-Sud de Montréal. La plainte vise des « propos injurieux, grossiers, discriminatoires » que l'animatrice aurait tenus à l'endroit des douaniers canadiens lors d'un échange avec ses interlocuteurs québécois. Les insultes sont précisées et portent sur un manquement significatif, le produit est « de nature journalistique », soit une tribune téléphonique, le sujet est « d'intérêt public » et l'émission est « diffusée publiquement ». Son auditoire réside majoritairement au Québec. La plainte est recevable dans la mesure où elle rencontre les exigences du Règlement No 3.

EXEMPLE 5) C'est le cas d'une plainte contre *CentPapiers* qui se présente comme un « média libre » et comme la « plateforme québécoise de journalisme citoyen ». Elle concerne donc une entreprise de presse. La plainte vise une erreur de plusieurs dizaines de millions de dollars dans un article d'un journaliste régulier qui traitait des coûts du prolongement du métro à Laval. Il s'agit d'un « manquement précis et significatif », l'article est un produit de nature journalistique, fruit d'un acte journalistique, le déboursé est un sujet d'intérêt public et le document est publié sur Internet. La plainte est recevable si elle rencontre les exigences du Règlement No 3.

4. DÉFINITIONS

4.1 ACTE JOURNALISTIQUE : Acte de recherche, de traitement et de diffusion d'informations, réalisé pour le compte, ou sous la responsabilité d'une entreprise de presse et ayant pour but de renseigner le public sur les faits, les événements, les phénomènes qui ont cours dans la société et dans le monde en général.

Note : Les conseils présentés sous forme de chronique par des notaires, psychologues et autres professionnels ne sont pas considérés comme des actes journalistiques, mais comme des actes professionnels relevant des diverses corporations les régissant. Par extension, les chroniques matrimoniales, courriers du cœur, horoscopes et autres contributions du même type ne sont pas non plus considérés comme des produits journalistiques.

4.2 PRODUIT JOURNALISTIQUE : Le produit journalistique est le résultat final, publié ou diffusé, de l'acte journalistique. Il peut avoir été réalisé par une ou plusieurs personnes.

Note : Une plainte contre un blogue personnel ne sera recevable que dans la mesure où il s'agit d'un produit journalistique, fruit d'un acte journalistique.

4.3 ENTREPRISE DE PRESSE : Entreprise (1) qui produit, édite, diffuse ou distribue des produits journalistiques au moyen de tout type de support et (2) qui emploie au moins un journaliste au Québec et (3) dont le marché occupe une place significative au Québec. Dans le cas d'une entreprise située à l'extérieur du Québec et dont le rayonnement au Québec est important, elle n'est pas obligée de satisfaire à la deuxième condition pour être considérée entreprise de presse aux fins de la présente politique de recevabilité.

4.4 PRODUIT PUBLIÉ OU DIFFUSÉ PUBLIQUEMENT : Produit qui est publié ou diffusé à l'extérieur de l'organisation dont il provient et qui est accessible par un large public. Tout produit accessible par Internet peut être considéré comme étant diffusé publiquement. Toutefois, parmi tout ce qui est accessible par Internet, seuls les produits, émanant d'entreprises de presse, seront considérés en regard des présentes normes de recevabilité.

A. NOTION DE LIBERTÉ DE LA PRESSE ET DE DROIT DU PUBLIC À L'INFORMATION

« 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 comme la nôtre. Ce rôle consiste à rechercher, collecter, traiter, commenter et diffuser, sans entraves, 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.

La liberté de la presse et le droit du public à l'information s'appliquent dans le contexte de l'information véhiculée par les médias et par les professionnels de l'information; leur fonction première est de livrer à la population une information exacte, rigoureuse, complète sur toute question d'intérêt public. »
[Extrait du guide des *Droits et responsabilités de la presse*, p. 7]

B. CHAMP D'INTERVENTION DU CONSEIL DE PRESSE

Le champ d'intervention du Conseil de presse du Québec est précisé ainsi dans ses *Règlements généraux*, plus précisément au premier article du Règlement No 1 :

« Le Conseil de presse du Québec est un organisme sans but lucratif dont le mandat consiste à protéger la liberté de presse et à assurer au public son droit à l'information. À ces fins, le Conseil de presse est à la fois un tribunal d'honneur et assure un leadership en matière d'éthique à l'égard de tous les médias d'information distribués ou diffusés au Québec, qu'ils soient membres ou non de la corporation, qu'ils appartiennent à la presse écrite ou à la presse électronique, et qu'il s'agisse de médias québécois ou non. »