

AS/Cult/Inf (2017) 05

28 mars 2017

Original français

COMMISSION DE LA CULTURE, DE LA SCIENCE, DE L'EDUCATION ET DES MEDIAS

Le statut des journalistes en Europe

Rapporteuse : Mme Elvira DROBINSKI-WEISS, Allemagne, Groupe socialiste

Rapport d'expert

Préparé par M. Marc Gruber, Expert en médias et communication¹

1. Introduction

1. Les questions de la définition des tâches et du statut du journaliste sont récurrentes au sein de la profession, tout comme dans le débat politique et juridique puisque le statut est lié non seulement à la nature du travail accompli, mais aussi aux droits et responsabilités de ceux qui l'exercent et *in fine* à la mission de service public des médias d'information.

2. Dans un environnement média traditionnel, la question de la définition et par extension celle du statut du journaliste ne posait pas de problème en soi : les différentes approches nationales se rejoignaient sur un plus petit commun dénominateur, à savoir que les journalistes sont des personnes dont l'activité principale est de travailler pour un média d'information. Cependant, depuis l'émergence des blogs, des réseaux sociaux, des interactions avec les usagers et de l'échange d'information en temps réel, la différence entre journalistes, experts ou simples citoyens pose la question du statut de façon plus criante pour des raisons juridiques, politiques et économiques.

3. Ces statuts sont extrêmement variables d'un pays à l'autre à tel point que l'on pourrait se poser la question s'il est possible, voire vraiment nécessaire et souhaitable de définir qui est journaliste. La question ontologique sur le journalisme pose également celle des changements dans la profession : évolution strictement technologique avec l'avènement du tout numérique, mais aussi évolution économique avec le bouleversement des modèles de financement des médias et sociétale avec l'éclatement des rôles traditionnels entre « producteurs » et « consommateurs » de contenus.

4. La finalité du rapport étant d'examiner le statut des journalistes afin d'émettre des recommandations, le présent document va suivre une approche en trois étapes :

- 4.1. Définition / accès à la profession de journaliste : cadre législatif et tour d'horizon ;
- 4.2. Impact du nouvel environnement médiatique sur le statut professionnel des journalistes ;
- 4.3. Rôle des syndicats et des organisations professionnelles.

5. La dernière partie de ce document présente de manière schématique quelques « bonnes pratiques » et contient des propositions préliminaires pour des recommandations opérationnelles à diverses parties prenantes.

2. Définition et accès à la profession de journaliste : tour d'horizon européen

6. L'activité de journaliste, comme les activités des médias en général, connaît des pratiques différentes en Europe allant de l'autorégulation à la régulation étatique en passant par la co-

¹ Les vues exprimées dans ce texte sont de la responsabilité de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement celles du Conseil de l'Europe.

régulation². Par rapport à la régulation étatique, l'autorégulation présente deux atouts majeurs : elle est plus réactive, plus souple et s'adapte mieux aux réalités changeantes des médias et surtout elle évite toute ingérence politique directe. Mais elle suppose également une forte organisation et un respect des décisions de la part de l'ensemble des parties prenantes (organisations professionnelles, patronales, société civile et journalistes individuels).

7. Un certain nombre d'organismes européens ou internationaux ont été amenés à définir les journalistes dans le cadre de leurs activités, notamment le Conseil de l'Europe dans sa Recommandation 2000(7)³ sur le droit des journalistes de ne pas révéler leurs sources d'information : « le terme 'journaliste' désigne toute personne physique ou morale pratiquant à titre régulier ou professionnel la collecte et la diffusion d'informations au public par l'intermédiaire de tout moyen de communication de masse ».

8. Cette définition générale ne s'accompagne fort heureusement pas de critères supplémentaires d'accès à la profession, déterminés sur une base nationale. Concernant cette question, voici un aperçu de la situation dans quelques pays européens.

2.1. Allemagne

9. En Allemagne le statut du journaliste n'est pas défini par loi. La profession de journaliste découle directement de l'Article 5 de la Constitution garantissant la liberté de pensée, d'expression et de la presse et interdisant la censure⁴. Contrairement aux pays où la profession est définie par la loi, les journalistes n'ont donc pas de démarche formelle ou obligatoire à effectuer. La profession est ouverte à tous, indépendamment de tout critère de formation ou de sélection.

10. Les journalistes et les organisations professionnelles allemandes se sont toujours prononcés contre une définition légale contraignante ou réglementaire, craignant ainsi une restriction de la liberté de la part du législateur ou du pouvoir politique en général.

11. Il existe bien entendu une carte de presse, le *Presseausweis*⁵, émise par des organisations professionnelles représentatives. Il existe également un organisme d'autorégulation, le *Presserat*.

Presseausweis

12. L'absence de réglementation étatique laisse le champ libre à l'autorégulation suivant des critères reconnus au sein de la profession. Ainsi l'Association allemande des journalistes (Deutscher Journalisten- Verband, DJV), active à la fois comme organisation syndicale et professionnelle, définit le journaliste dans son formulaire d'adhésion comme une personne dont « le journalisme est l'activité principale ou qui consacre la majorité de son activité au journalisme. Le travail bénévole en tant que journaliste ne suffit pas ». L'activité en tant que telle est définie comme suit : « être impliqué dans le développement et la diffusion d'informations, d'opinions et de divertissement via les médias à l'aide d'écrits, d'images, de sons ou par la combinaison de ces moyens de production ».⁶

13. L'immense majorité des journalistes allemands est détentrice d'un *Presseausweis* délivré par l'une des cinq organisations professionnelles représentatives⁷, soit trois organisations de journalistes et deux organisations patronales. Depuis quelques années il existe cependant des organismes commerciaux qui proposent de fausses cartes de presse ou des cartes de presse « alternatives » moyennant paiement et sans vérification des critères professionnels, ce qui inquiète les organismes « légitimes ». La carte de presse officielle est actuellement délivrée sur une base régionale dans chaque « Land » mais dès 2018 elle sera émise sur une base fédérale, sans pour autant changer les critères d'attribution. Les critères d'activité journalistique sont vérifiés soit à l'aide du contrat de travail pour les salariés, soit au moyen de factures ou autres preuves de revenus pour les freelances.

14. La carte de presse n'est donc pas obligatoire, mais elle est utile pour être identifié et reconnu comme tel, notamment de la part des autorités policières ou judiciaires et lors d'événements publics

² Pour l'autorégulation, voir le guide l'OSCE : <http://www.osce.org/fr/fom/31498?download=true>

³ https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=09000016805e300c

⁴ « Toute personne a le droit d'exprimer librement ses opinions par la parole, l'écriture et les images et de les partager, de s'informer sans entrave aux sources généralement accessibles. La liberté de la presse, de même que la liberté de l'information par l'audiovisuel sont garanties. Il n'existe pas de censure ».

⁵ <http://www.presseausweis.org>

⁶ <https://www.djv.de/startseite/profil/mitglied-werden/aufnahmerichtlinien.html?type=500>

⁷ DJV, DJU in ver.di Verband Deutscher Sportjournalisten (VDS, journalistes sportifs) pour les syndicats, et Verband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV), Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) pour les employeurs.

auprès des organisateurs. Etant donné qu'en Allemagne les personnes qui ne sont pas journalistes actifs (étudiants, retraités, chargé de presse) peuvent aussi être membres d'un syndicat de journalistes et que les statistiques de l'Agence pour l'emploi additionnent les journalistes, les rédacteurs et les « Publizist » (chargés de communication commerciale), les chiffres disponibles sur la profession sont variables, mais le DJV estime le nombre total des journalistes professionnels en Allemagne à environ 73.000⁸.

Presserat

15. Le Conseil allemand de la presse est garant du respect de la déontologie en tant qu'organe d'autorégulation qui reçoit et évalue les plaintes relatives aux contenus publiés par des journalistes dans la presse, y compris en ligne. Inspiré du *British press council*, il a été créé en 1956 par les organisations professionnelles elles-mêmes suite au refus d'un projet de loi de 1952 prévoyant une instance de droit public. Un Bureau (*Gremium*) rassemble deux représentants de chacune des organisations qui le composent, à savoir deux organisations de journalistes et deux organisations d'éditeurs⁹, soit 8 personnes qui se chargent de la direction. Les plaintes elle-même sont traitées par un organe plus large (*Plenum*) qui examine les plaintes en fonction du « *Pressekodex* »¹⁰ dont la première version date de 1973. Il est à noter que ces dernières années le Kodex a pris en compte les conséquences de la numérisation des médias. Les sanctions émises par le *Presserat* sont la recevabilité sans conséquence, puis l'avertissement (*Hinweise*) puis le blâme (*Missbilligung*) et enfin la réprimande (*Rüge*) publiée par le média incriminé. A titre d'exemple, en 2016, 728 plaintes ont été reçues, dont 297 recevables menant à 151 avertissements, 64 blâmes et 33 réprimandes publiées¹¹.

2.2. France

16. En France, au contraire de l'Allemagne, la profession de journaliste est définie par la loi. Il s'agit donc de réglementation étatique. L'article L7111-3 du Code du Travail indique qu'est journaliste professionnel « toute personne qui a pour activité principale, régulière et rétribuée, l'exercice de sa profession dans une ou plusieurs entreprises de presse, publications quotidiennes et périodiques, ou agences de presse et qui en tire le principal de ses ressources »¹². En 1982¹³ cette définition a été étendue aux salariés des entreprises de communication audiovisuelle (jusqu'en 1982 le secteur audiovisuel était exclusivement public et soumis à un statut juridique spécifique). En complément, l'article L 7111-4 établit une incompatibilité avec les « agents de publicité », à savoir les personnes qui, même occasionnellement, perçoivent des commissions d'ordre publicitaire, et un arrêté du Ministre de l'Information de 1968 a déclaré que les fonctions de chargé de relations publiques et d'attaché de presse, même exercées de façon accessoire, sont totalement incompatibles avec le statut de journaliste professionnel. En Mai 1986, un arrêt du Conseil d'Etat a également écarté tous les fonctionnaires ou agents publics contractuels de ce statut.

La Commission de la carte et la Carte de presse

17. La carte de presse est délivrée par la « Commission de la carte »¹⁴, composée de seize membres titulaires (huit pour les syndicats et huit pour les employeurs, y compris agence de presse et audiovisuel public) élus ou désignés pour trois ans. Les représentants syndicaux sont élus parmi les six syndicats représentatifs de la profession (*voir plus bas*). Outre ces membres titulaires, 38 correspondants régionaux représentent les 19 régions hors de Paris.

18. Une spécificité française réside dans la Loi Cressard du 4 juillet 1974 qui reconnaît aux pigistes le statut de journaliste à part entière¹⁵ de la même façon que les salariés. Pour cette raison, le statut de pigiste français est donc sensiblement différent des « freelances » dans d'autres pays puisque ceux-ci sont généralement exclus des conventions collectives et du système de protection sociale des salariés (congé maladie ou parental, assurance chômage, retraite, etc.).

19. Les journalistes en ligne obtiennent la carte de presse en prouvant qu'ils relèvent de la

⁸ <https://www.djv.de/startseite/info/themen-wissen/aus-und-weiterbildung/arbeitsmarkt-und-berufschancen.html>

⁹ <http://www.presserat.de/presserat/aufgaben-organisation/>

¹⁰ <http://www.presserat.de/pressekodex/pressekodex/>

¹¹ Se reporter à <http://www.presserat.de/beschwerde/statistiken/> pour l'ensemble des statistiques

¹² Les collaborateurs occasionnels sont aussi exclus du statut : « sont journalistes ceux qui apportent une collaboration intellectuelle et permanente à une publication périodique en vue de l'information des lecteurs » (Cass. soc. 28 mai 1986, n°1306 ; Cass. soc. 1er avril 1992).

¹³ Loi du 29 juillet 1982 (n° 82-652)

¹⁴ <http://www.ccijp.net/>

¹⁵ « toute convention par laquelle une entreprise de presse s'assure, moyennant rémunération, le concours d'un journaliste professionnel » est « présumée être un contrat de travail ».

Convention collective (c'est donc le contrat de travail qui détermine le journaliste) et que l'employeur a une mission d'information à l'égard du public. Les pigistes doivent présenter une moyenne mensuelle de revenus supérieure à la moitié du revenu minimum (SMIC). Outre le cas des personnes qui travaillent en même temps dans d'autres secteurs, les principales interrogations émanent de l'audiovisuel avec l'ambiguïté des sociétés de production de talk-shows ou d'émissions de variété. Précisément 35238 cartes de presses ont été délivrées en 2016¹⁶, soit le nombre le plus bas depuis 10 ans (le maximum étant de 37390 en 2009).

20. Concrètement, la Commission est donc amenée à vérifier :
- s'il s'agit bien d'une occupation journalistique principale et régulière (3 mois consécutifs pour une première demande),
 - si celle-ci procure au postulant l'essentiel de ses ressources (plus de 50%. Lorsque les revenus sont supérieurs à 75%, l'obtention est automatique),
 - si les activités du demandeur s'exercent bien dans le cadre de la profession (activité, entreprise).
21. Trois choses sont à noter dans le cas français:
- De la même façon que la loi définit le journaliste, la loi sanctionne aussi les fraudes ou les abus¹⁷ ;
 - Ces règles soulèvent la question des pigistes précaires qui peuvent être employés de façon irrégulière sans atteindre les limites de revenus ou de durée imposés par la loi ;
 - La carte de presse n'est pas obligatoire puisqu'une personne peut effectuer un travail journalistique sans en être détenteur : c'est le contrat de travail qui fait foi et le fait de détenir une carte de presse ne modifie pas les relations contractuelles entre le journaliste et son employeur. Cependant la Convention collective interdit aux entreprises de presse signataires d'employer des journalistes sans carte plus de trois mois. Ce n'est pas non plus la carte de presse qui détermine l'allocation de « frais d'emploi » prévus dans la déclaration fiscale.

2.3. Belgique

Le titre de journaliste professionnel

22. La loi belge du 30 décembre 1963 ne définit pas ce qu'est le journalisme mais elle définit qui est journaliste professionnel : il faut avoir fait du journalisme « son activité professionnelle principale depuis deux ans et exercer cette activité pour le compte d'un média d'information générale ». Le statut belge fait une distinction entre les journalistes professionnels généralistes et ceux qui travaillent pour des médias spécialisés. Ces derniers ont le titre de « journaliste de la presse périodique ».

23. Dans le cas des journalistes freelance qui n'ont pas de contrat de travail pérenne, ce sont les déclarations officielles de revenus qui servent à déterminer la nature de l'activité. Si les critères économiques sont moins drastiques qu'en France, il existe cependant une exigence de durée assez longue, qui là encore ne favorise pas les journalistes freelance, occasionnels, précaires ou tout simplement ceux qui commencent dans la profession. Pour cette raison il existe un titre de « journaliste stagiaire » pour toute personne qui peut attester d'une activité professionnelle de trois mois. Après deux années d'activité le stagiaire peut demander son agrégation au titre professionnel.

24. Le titre de « journaliste professionnel » est attribué par une Commission d'Agrégation officielle¹⁸, composée paritairement de journalistes professionnels¹⁹ et de directeurs de médias, et composée comme il se doit d'une section francophone et d'une section néerlandophone. En comptant les membres effectifs et leurs suppléants, c'est un total de 70 personnes, toutes bénévoles, qui sont impliquées dans la Commission d'agrégation après avoir été officiellement nommées par arrêté royal. Il est à noter qu'il existe une commission de 1^{ère} instance puis une commission d'appel qui intervient

¹⁶ <http://www.ccijp.net/article-33-cartes-attribuees-en.html>

¹⁷ l'Article L7114-1 du code du travail : " Est puni d'un emprisonnement de deux ans et d'une amende de 3750 euros, le fait :1) soit de faire sciemment une déclaration inexacte en vue d'obtenir la carte d'identité de journaliste professionnel ou de la carte d'identité de journaliste professionnel honoraire 2) soit de faire usage d'une carte frauduleusement obtenue, périmée ou annulée, en vue de bénéficier des avantages offerts par ces cartes, 3) soit de délivrer sciemment des attestations inexactes en vue de faire attribuer l'une de ces cartes. Est puni des mêmes peines le fait de fabriquer, de distribuer ou d'utiliser une carte présentant avec l'une de ces cartes ou les documents délivrés par l'autorité administrative aux journalistes une ressemblance de nature à prêter à confusion".

¹⁸ <http://www.ajp.be/commissions-agregation/>

¹⁹ Dans le cas des journalistes, il s'agit de représentants de l'Association des journalistes professionnels de Belgique, active également en tant que syndicat.

en cas de refus initial. Enfin le cas des journalistes étrangers, nombreux à Bruxelles, est examiné par une « section consultative » qui leur est spécialement dédiée et composée justement de journalistes étrangers.

25. Tout comme en France, le droit d'exercer le travail de journaliste n'est pas lié à la détention de la carte de presse officielle. Le titre sert cependant à identifier les professionnels et à leur assurer un statut social spécifique, notamment en termes de retraite. La carte de presse s'accompagne du 'macaron' à accoler sur le pare-brise du véhicule, facilitant ainsi l'identification du journaliste professionnel pour l'accès à certaines institutions ou événements.

Le Conseil de déontologie journalistique

26. Si le mode d'attribution de la carte de presse et le statut du journaliste belge est assez similaire avec la France (à l'exception notable du statut de pigiste), la Belgique est parvenue à créer un Conseil de déontologie journalistique (CDJ) en 2009. Cette instance rassemble 20 membres et 20 suppléants représentant les journalistes, les rédacteurs en chef, les éditeurs et des experts de la société civile. Le CDJ a pour mission de rendre des avis, d'émettre des initiatives, à la demande ou à la suite de plaintes, sur des traitements de l'information dans l'ensemble des médias. Il fonctionne donc suivant le même principe que le *Presserat* allemand ou les « Conseils de presse » existants dans d'autres pays (voir plus bas). En 2016 le CDJ a rendu 40 avis. Les médias concernés par les plaintes sont tenus de diffuser sans modification le texte adressé par le CDJ et accompagné d'un hyperlien vers l'avis sur le site du CDJ.

27. Outre les plaintes et les « demandes de médiation sans plainte », le CDJ répond aussi à des demandes d'informations sur des sujets variables : usage de photos provenant de Facebook, limites au « journalisme d'immersion », retour au journalisme après un mandat politique, vie privée des enfants de personnalités connues, publicité d'une entreprise appartenant au même groupe de média, etc.

2.4. Autres pays

28. Si cette expertise ne porte pas sur l'ensemble des pays du Conseil de l'Europe, il est cependant utile de mentionner un certain nombre d'autres situations remarquables ou intéressantes.

Royaume-Uni

29. Dans l'un des berceaux du journalisme et de la liberté de la presse, le statut du journaliste repose historiquement sur l'autorégulation, avec l'attribution d'une carte de presse par la « *Press card authority* »²⁰ qui rassemble les principales organisations professionnelles représentatives, notamment le National Union of Journalists (NUJ), le syndicat qui a lui seul délivre plus de la moitié des cartes de presse du pays. En tout ce sont 18 organisations (syndicats, éditeurs, agences de presse) qui sont habilitées à délivrer la carte de presse. Il est à noter que les conditions d'obtention mentionnent l'activité professionnelle en tant que « travailleur des médias » et non exclusivement en tant que journaliste. Tout comme en Allemagne, un *Press council* a été créé (en 1953) en tant qu'organisme d'autorégulation, remplacé en 1991 par le *Press Complaint Committee* puis en 2014 par l'Independent Press Standards Organisation²¹.

Pays nordiques (Danemark, Finlande, Norvège, Suède)

30. La liberté de la presse est inscrite dans la Constitution suédoise depuis 1766. Dans les pays nordiques, les professionnels sont représentés par un syndicat national unique qui délivre la carte de presse. C'est donc l'appartenance au syndicat qui définit principalement le journaliste.

Italie

31. Situation unique en Europe voire dans le monde, la profession de journaliste est régulée par un Ordre (*Ordine dei Giornalisti*²²), composé d'un Conseil national et d'antennes régionales délivrant la carte de presse et assorti d'un Conseil de discipline. La loi lie le titre de journaliste à l'inscription à cet Ordre en tant que *professionista*, un statut qui lui-même est lié à des conditions d'âge, d'une durée de pratique et d'une formation.

²⁰ <http://www.presscard.uk.com/>

²¹ L'IPSO est fortement critiqué par le NUJ car étant trop axé sur les intérêts patronaux et la non-reconnaissance de la clause de conscience pour les journalistes. Un autre régulateur est en cours de discussion.

²² <http://www.odg.it/>

32. Enfin il est à noter que tout détenteur d'une carte de presse nationale et adhérent d'un syndicat membre de la Fédération internationale des journalistes peut obtenir une carte de presse internationale²³, reconnue notamment par les organisations internationales et aux frontières.

3. Impact du nouvel environnement médiatique

33. L'important n'est pas le support, c'est le contenu : l'environnement médiatique est en constante évolution depuis l'impression du premier journal connu, la *Relation aller Fürnemmen und gedenckwürdigen Historien* à Strasbourg en 1605. A la presse écrite ce sont ajoutés les médias électroniques, souvent régulés de façon plus stricte en raison des impératifs techniques et de leur portée politique (la fin du l'audiovisuel d'état, monopolistique et contrôlé, n'a eu lieu qu'après 1991 dans toute la partie orientale de l'Europe).

34. La nature actuelle de l'environnement médiatique repose sur le passage, à partir du début des années 2000, au tout numérique dans la production journalistique et dans sa diffusion. Même la presse « papier » est produite par les journalistes de façon numérique dans des salles de rédaction dont le fonctionnement a été bouleversé ces 20 dernières années. Cette évolution a induit de profonds changements dans le quotidien des journalistes et a créé une certaine confusion entre professionnels et autres « contributeurs des médias ».

3.1. Un statut maintenu mais des apports nouveaux

35. Le statut officiel de journaliste est resté le même malgré la multiplication des supports technologiques puisque la nature même du journaliste professionnel demeure. Cependant des nouvelles formes de production et de nouvelles sources d'information ont fait leur apparition même dans les médias « traditionnels ».

36. Alors que traditionnellement les sources étaient identifiées (agences, communiqués de presse, travail d'enquête), l'information provient à présent aussi de sources non professionnelles (blogueurs, « youtubeurs », contenu généré par les utilisateurs, etc.). La question du « contenu généré par les utilisateurs » ou le terme générique de « journalisme citoyen » concerne cette expertise de façon relativement limitée puisque par définition les non-professionnels n'ont pas de statut particulier. Aucun pays d'Europe ne reconnaît le statut de journaliste à une personne qui ne correspond pas aux critères, à savoir une activité principale de traitement de l'information et génératrice de revenus, ce qui n'est pas le cas des blogueurs amateurs. En théorie, par exemple, le *Presseausweis* allemand n'est pas refusé à des blogueurs si ceux-ci remplissent les critères d'attribution mentionnés plus haut. Cependant l'économie des médias fait qu'un individu isolé ne vendant pas ses reportages à des organismes de presse n'arrive tout simplement pas à en faire une activité principale et rémunératrice.

37. Même si certaines plate-forme de pensée critique comme *Les Crises*²⁴ publient les contributions de blogueurs, ceux-ci ne sont pas rémunérés comme tels et le site spécifie bien qu'il ne s'agit « pas d'informations ». A l'heure actuelle, les blogueurs qui remportent du succès sont soit des journalistes qui bloguent en plus de leur travail habituel, soit d'autres professionnels (juristes, experts, scientifiques) qui ne prétendent pas forcément au titre de journaliste. Le débat en Allemagne porte actuellement sur ces *Gelegenheitsbloggers*, les blogueurs dont ce n'est pas l'activité principale et qui souhaitent néanmoins voir leur statut reconnu parce qu'ils produisent du contenu de qualité²⁵. Le *Presseausweis* n'est pas une fin en soi pour eux, mais cette catégorie de blogueurs ne peut pas forcément se prévaloir de droits tels que la protection des sources. En cas de diffamation et de calomnie, les critères retenus par un tribunal en cas de litiges seront les mêmes que pour les journalistes professionnels puisque ces droits reposent directement sur la Constitution.

38. De fait, le développement du contenu « citoyen » pose moins la question du statut du journaliste que celle de son impact sur le journalisme professionnel, à savoir la vérification des informations, la baisse de la qualité et surtout celle du bouleversement des modèles économiques.

39. Dès que les technologies l'ont permis (à partir de 2008), les médias traditionnels ont exploité le recours à des non professionnels pour diversifier les sources, varier l'offre de contenu, mais aussi de faire des économies en termes de salaires :

²³ <http://www.ifj.org/press-card/>

²⁴ Par exemple <https://www.les-crises.fr/>

²⁵ <http://www.taz.de/!5350135/>

- Par exemple *The Blog Paper*²⁶ en Grande-Bretagne se proposait de rassembler les articles de blogueurs et de les publier sous forme de revue papier payante. Le projet a cependant périclité.
- La même année en France le quotidien gratuit *Metro* a conclu un accord avec l'agence de photographie *Citizenside* qui « rémunère » les photographes non professionnels à partir de 10€.
- Le magazine allemand *Bild* a depuis de nombreuses années une rubrique « Leser Reporter »²⁷ basé sur des photos et de courts textes envoyés par les lecteurs.

40. Le recours à des non professionnels peut aussi être motivé par d'autres raisons : le *Bondy Blog*²⁸ a été mis en place en 2005 dans cette ville de banlieue parisienne par des journalistes du magazine suisse *L'Hebdo* pour pallier au manque d'informations pendant les « émeutes » de certains quartiers autour de Paris et en donnant la parole à des jeunes qui autrement ont du mal à faire entendre leur voix. Le blog a ensuite développé une série de partenariats avec des médias « traditionnels », des écoles de journalisme et des sponsors et il publie actuellement les contributions d'une cinquantaine de personnes.

41. Ces exemples sont cités à titre de premières expériences mais le recours au contenu non-journalistique s'est depuis largement banalisé voire est devenu la norme. Parfois les contributions des citoyens permettent d'améliorer et d'accélérer les contenus, par exemple lorsque des tweets viennent témoigner de violences policières lors de manifestations ou dans des zones de conflit.

42. Il n'est même pas nouveau d'avoir recours à des non-professionnels en tant que témoins d'une information qui n'aurait pas pu être obtenue autrement (accidents ou événements exceptionnels) mais il est récent d'intégrer cela dans le fonctionnement quotidien de l'économie des médias et de l'ériger en norme.

43. Enfin au contenu non professionnel est venu s'ajouter le contenu généré par les robots : des secteurs comme le sport (pour les résultats) et la finance (pour l'évolution des cours des bourses à travers le monde) ont été affectés dès 2010 par un large recours au journalisme « robotisé ». En sport, par exemple, les robots sont actuellement capables de créer une courte vidéo à partir de photos et d'un texte de trois paragraphes, lui-même créé par un robot²⁹.

44. D'autres innovations sont à attendre dans les années à venir, par exemple l'Internet des objets et la reconnaissance des images, qui obligera à repenser la représentation, les interactions conversationnelles, qui permettront au public de poser des questions à un robot sur le contenu d'un article, la réalité mixte, qui combine journalisme et environnement immersif, etc. Ces innovations ne seront pas seulement technologiques mais aussi professionnelles puisqu'elles devront être conçues, programmées et espérons-le contrôlées par des humains.

3.2. *Le quotidien des journalistes en mutation*

45. Les journalistes se doivent d'être actifs sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, etc.)³⁰. Au Royaume-Uni, plus de 80.000 tweets sont envoyés chaque année par des journalistes professionnels dans le cadre de leur travail. Dès 2013, le fil Twitter du Guardian a dépassé le million d'abonnés pour dépasser actuellement les 6 millions. En Allemagne, 30% des journalistes estiment que les réseaux sociaux sont « importants ou très importants » pour leur travail³¹. Le développement du contenu des médias sur les réseaux sociaux s'est accompagné de nouveaux profils professionnels (notamment les « community managers »).

46. Ces nouvelles tâches et ces nouvelles compétences posent logiquement la question de la formation et des normes professionnelles. Beaucoup de « community managers » n'ont pas de connaissance approfondie des normes professionnelles journalistiques alors même que leur travail les expose à des responsabilités sur le contenu et vis-à-vis du public, ce qui peut poser problème en termes de qualité et de déontologie. La modération des commentaires en ligne est également une problématique extrêmement importante depuis qu'en 2015 un arrêt de la CEDH³² a confirmé

²⁶ <http://www.theblogpaper.co.uk/>

²⁷ <http://www.bild.de/news/leserreporter/leserreporter/home-15682146.bild.html>

²⁸ <http://www.bondyblog.fr/>

²⁹ <https://www.journalism.co.uk/news/report-robot-journalism-s-limitations-not-halting-its-onward-march/s2/a700429/>

³⁰ <https://www.journalism.co.uk>

³¹ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/305052/umfrage/bedeutung-sozialer-netzwerke-fuer-die-recherche-von-journalisten/>

³² Delfi AS. c/ Estonie: <http://merlin.obs.coe.int/iris/2015/7/article1.fr.html>

la responsabilité d'un portail d'informations en ligne par rapport aux commentaires générés par ses lecteurs en cas de « discours de haine et des propos incitant directement à des actes de violence ». Le directeur de publication d'un média d'information est donc aussi chargé de « faire la police » dans les commentaires en ligne.

3.3. La précarisation des journalistes et l'explosion du nombre de « freelances »

47. Les humains sont la base du journalisme même si depuis les années 90 la masse salariale a été souvent considérée comme une variable d'ajustement par des groupes de presse de plus en plus concentrés et tributaires des marchés financiers. Contrairement à une idée répandue, la « crise de la presse » n'a pas commencé dans les années 90 mais bien avant, lorsque la propriété des médias est passée de groupe familiaux à des structures économiques financiarisées et concentrée, soit sous forme « verticale » (c'est le cas en France pour la presse quotidienne régionale aux mains d'un petit nombre de groupes) ou de concentration « horizontale » (lorsque des médias sont englobés dans une compagnie, souvent multinationale, et active à la fois dans le journalisme, la fiction, les télécoms, etc.). La « consolidation » des médias a notamment connu des développements spectaculaires dans les années 90 en Europe centrale et orientale avec la libération de l'économie, permettant ainsi à des groupes occidentaux de faire main basse sur la quasi-totalité des médias privés³³. Au nom de la compétence nationale dans ce domaine, la concentration de la propriété n'a pas été empêchée par les autorités européennes, parfois avec l'arrière-pensée de favoriser l'émergence de « géants » des médias capables de rivaliser avec les groupes américains.

48. La propriété des médias n'est pas le thème de ce rapport mais la précarité des journalistes est directement liée à la pression économique et à l'effondrement du modèle traditionnel de financement (basé jusque récemment sur environ 50% de revenus liés aux ventes et abonnements et 50% liés à la publicité). Les revenus des diffusions demeurent mais les revenus publicitaires se sont effondrés, notamment avec la montée en puissance des GAFAs (Google-Apple-Facebook-Amazon). La publicité en ligne, même si elle semble parfois envahissante pour les internautes, reste relativement marginale en termes de recettes. Si l'on s'en réfère au marché des Etats-Unis, très bien documenté, les recettes publicitaires de la presse sont passées de 65 milliards de dollars en 1999 à 20 milliards de dollars en 2013, et seuls environ 3 milliards provenaient de la publicité en ligne. Le chiffre d'affaire des journaux est passé de 0,8% du PIB en 1990 à 0,2% en 2016³⁴. Le déclin de la presse papier aux Etats-Unis est tel que l'association des éditeurs de journaux a abandonné le terme « newspapers » dans son titre en 2016 pour s'appeler à présent la *News media alliance*. En Europe, le tirage des journaux a baissé de 21% entre 2010 et 2015 et les recettes publicitaires de 23% sur la même période alors que la publicité sur des supports numériques ne représente que maximum 20% des revenus³⁵.

49. Ce bouleversement économique un l'un des principaux facteurs de précarisation des journalistes : le déclin des revenus de la majorité des médias ainsi que les errances des éditeurs pour trouver un nouveau modèle économique (accès gratuit, « paywall » ou « pay-per-view », augmentation du prix à la vente, suppression des éditions papier) et le recours quasi-systématique à l'externalisation des contrats de travail ont largement contribué à la précarisation des journalistes.

50. Cette précarisation passe avant tout par l'explosion du nombre de journalistes dits « freelance », même si le recours à des relations de travail atypiques recouvre des statuts variés : journaliste freelance, autoentrepreneur, contrats de courte durée ou temps-partiel et même parfois travail intérimaire. De façon générale il existe une « zone grise » sur le statut des non-salariés³⁶. Le point commun de ces statuts et que la majorité d'entre eux sont imposés par les employeurs, ce qui fausse la nomenclature puisqu'au lieu d'être des *freelance*, ces personnes sont des *forcedance* ou des *fakelance* qui travaillent dans les mêmes conditions que les salariés à plein temps, à la différence près qu'ils n'ont pas les mêmes droits. Même en France où le statut de pigiste est défini par la loi, les syndicats se mobilisent contre le statut d'autoentrepreneur qui ne comporte pas les mêmes obligations sociales. Il existe également une tendance à vouloir « personnaliser » le journalisme en poussant les journalistes freelance à faire du marketing autour de leur « entreprise » individuelle, laissant par conséquent moins de temps pour les tâches de base de journalisme.

51. Le nombre de freelances est variable en fonction des pays : en Allemagne le nombre d'adhérents syndicaux freelances s'élève à 26.000 pour environ 43.000 salariés³⁷. En France, où les chiffres de la Commission de la carte sont très précis, on dénombre environ 6600 pigistes sur les

³³ Eastern Empires : Foreign media ownership in CEE : http://subsol.c3.hu/subsol_2/contributors3/efjtext.html

³⁴ Newspapers Association of America, appelée depuis 2016 <https://www.newsmediaalliance.org/>

³⁵ <http://www.digitalnewsreport.org/>

³⁶ Voir p. 40 : http://europeanjournalists.org/wp-content/uploads/2016/10/EFJ_handbook_RRJ_2016_FR1.pdf

³⁷ <https://www.djv.de/startseite/info/themen-wissen/aus-und-weiterbildung/arbeitsmarkt-und-berufschancen.html>

33700 renouvellements de cartes, mais il est à noter que parmi les 1500 premières demandes de 2016, 1080 sont des pigistes, soit les deux-tiers³⁸. Cette situation montre que « l'atypique » est devenu « typique ». En Grande-Bretagne aussi, les chiffres montrent cette tendance : 18.000 freelances en 2015 et 34.000 en 2016³⁹ !

52. La question des freelance pose aussi celle de la fixation de tarifs : alors que les syndicats peuvent négocier des grilles tarifaires pour les salariés dans les conventions collectives, il est parfois non seulement difficile mais aussi illégal pour des « indépendants » de se prévaloir de tarifs minimums car cela serait contraire aux lois sur la libre concurrence. C'était notamment le cas aux Pays-Bas avant qu'une décision de la Cour de Justice de l'Union européenne ne confirme le droit de freelances en 2014⁴⁰.

53. Cette précarisation s'accompagne mécaniquement d'une diminution ou d'une stagnation des salaires :

- Selon une étude espagnole, un rédacteur en chef a vu son salaire baisser de 24% entre 2010 et 2015, un rédacteur de 20% et le salaire médian dans la presse a baissé de 17%.
- Contrairement à une idée répandue, les journalistes allemands ne sont pas des « privilégiés » économiques. En Allemagne le revenu moyen⁴¹ des freelances est d'environ 2000 € par mois (mais à peine plus de 1000€ dans certains Länder comme la Saxe-Anhalt), la moyenne nationale se situe à 1750€ pour les moins de 30 ans.
- Au Royaume-Uni, une étude de 2016 portant sur 310 journalistes freelance a montré qu'un tiers d'entre eux gagne moins de 12.000€ par an alors que le salaire moyen d'un rédacteur salarié est d'environ 36.000 € par an. Un tiers des freelances britanniques gagnent si peu qu'ils touchent des prestations sociales⁴² et un tiers exerce une seconde activité pour gagner de l'argent.

3.4. L'inégalité de genre

54. La féminisation de la profession (plus de femmes que d'hommes entrent actuellement dans la profession) contribue à renforcer cette « paupérisation » selon le cercle vicieux qu'une profession féminine paie moins, et donc attire moins les hommes. En termes d'écart salarial, les femmes journalistes gagnent 16% de moins que les hommes dans l'Union européenne et cet écart atteint même 24% en Belgique⁴³. Les femmes sont également moins souvent employées à temps plein, ce qui accentue la précarité⁴⁴.

3.5. Les pertes d'emplois, une problématique en soi

55. Parallèlement à la précarisation, les problèmes de financement et les mutations technologiques ont conduit à des destructions d'emploi. Même si l'Europe n'est pas dévastée comme les Etats-Unis, où l'emploi dans la presse est passé de 55000 en 1990 à un peu plus de 30000 en 2015⁴⁵ et le nombre de titres de presse est passé de 2700 à 2000, les pertes d'emploi sont sévères dans certains pays européens. En Espagne, pays durement touché par la crise économique et l'austérité, plus de 12.000 emplois ont été détruits dans le journalisme entre 2008 et 2015⁴⁶, dont plus de 4000 dans le secteur de la télévision, notamment à cause des restructurations dans l'audiovisuel public. En France, la presse a connu une série de plans de licenciement ces dernières années, les plus récents étant ceux de *L'Obs* et de *La Voix du Nord* portant à eux seuls sur plus de 200 suppressions d'emplois. En Belgique, un exemple concret est vérifiable au quotidien « Le Soir » où l'effectif des journalistes est passé de 152 en 2000 à 90 en 2016. En Allemagne où le secteur de la presse, notamment régionale, demeure dynamique, ce sont principalement les fusions de rédactions qui mènent à la destruction d'emplois, par exemple 400 chez Grüner + Jahr en 2014⁴⁷ ou 200 à la WAZ en 2013⁴⁸. Malgré la diminution des effectifs, le travail à fournir augmente en réalité puisqu'en plus

³⁸ <http://www.cciip.net/article-33-cartes-attribuees-en.html>

³⁹ <http://www.pressgazette.co.uk/one-in-three-freelance-journalists-in-the-uk-are-on-state-benefits/?page=2>

⁴⁰ <http://europeanlawblog.eu/tag/c-41313-fnv-kunsten-informatie-en-media/>

⁴¹ <https://de.statista.com/themen/729/journalismus/> citant le DJV

⁴² <http://www.pressgazette.co.uk/one-in-three-freelance-journalists-in-the-uk-are-on-state-benefits/?page=2>

⁴³ Rapport de la FIJ de 2012 :

http://www.ifj.org/fileadmin/images/Gender/Gender_documents/Gender_Pay_Gap_in_Journalism.pdf

⁴⁴ *Ibid.*

⁴⁵ Source <http://asne.org/>

⁴⁶ Source : <http://www.apmadrid.es/publicaciones/informe-anual-de-la-profesion/>

⁴⁷ <http://medien-kunst-industrie.verdi.de/presse/pressemitteilungen/++co++5bff68f0-2dec-11e4-83e2-525400a933ef>

⁴⁸ <https://www.welt.de/regionales/duesseldorf/article114635446/WAZ-Mediengruppe-streicht-200-Stellen-in-NRW.html>

des articles quotidiens les journalistes sont sensés produire des brèves et des mises à jour pour la version en ligne.

3.6. La détérioration des conditions de travail : tendances et risques

56. La détérioration des conditions de travail a été observée par les journalistes et dénoncée par leurs syndicats depuis des années. Parfois ces changements des conditions sont quantifiables. Des études menées dans différents pays européens ou aux Etats-Unis montrent par exemple les éléments suivants:

- Allongement de la durée du temps de travail: l'association des journalistes bavarois (BJV) est régulièrement informée de membres qui travaillent jusqu'à 55 heures par semaine⁴⁹.
- Augmentation des tâches ("multiskilling"): une étude britannique montre que 64% des journalistes interrogés se déclarent sous pression pour fournir plus de contenu dans une même durée de travail. Là où dans les années 80 un reportage de télévision nécessitait un rédacteur, un caméraman, un technicien du son puis un monteur pour la post-production, un grand nombre de contenu audiovisuel est à présent produit par des journalistes « shivas » chargés d'une multitude de tâches, y compris le suivi de leur travail sur les réseaux sociaux. Une personne fait actuellement le travail de 3 personnes dans les années 80.
- Confusion des métiers. De façon générale, les évolutions technologiques et la multiplication des tâches ont brouillé la répartition des tâches qui existait auparavant dans les salles de rédaction, augmentant la charge de travail technique des journalistes au détriment du travail de base (recherche, vérification, création), menant à une « déprofessionnalisation » de certains d'entre eux⁵⁰.
- La pression au rendement sur les journalistes affecte bien sûr leur capacité à rechercher et à enquêter. Le « journalisme assis », c'est-à-dire la recherche d'informations via des communiqués calibrés et non vérifiés ou sur les réseaux sociaux, a pris le pas sur l'investigation et la diversité des sources. Il est devenu habituel de retrouver le même article "copié/collé" dans plusieurs titres ou sur plusieurs sites simplement parce qu'ils reprennent le texte d'un communiqué de presse tel quel. Or l'un des principes du journalisme professionnel est de vérifier l'information et de diversifier les sources (en termes d'opinion mais aussi de genre, d'origine sociale ou ethnique). Les conditions de travail ont donc une influence directe sur le pluralisme et la qualité du contenu.
- Stress et burn-out des journalistes a augmenté ces dernières années⁵¹. Les raisons en sont multiples : surcharge de travail, concurrence accrue liée à l'immédiateté de l'échange d'information, impossibilité de se "déconnecter" dans l'environnement numérique, peur des licenciements, appréhension sur la qualité et les conséquences du travail fournis sous pression sans pouvoir respecter toutes les normes professionnelles, manque de solidarité entre collègues, manque de structures d'écoute dans les entreprises.
- Les journalistes femmes, surtout lorsqu'elles sont jeunes, sont soumises à plus de pression sur la question de l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée⁵². Il existe par conséquent non seulement une inégalité de genre pour les salaires mais aussi pour le stress et le burn-out. Les femmes sont par exemple plus enclines à quitter la profession.
- Manque de formation ou formation inadéquate: beaucoup d'entreprises de médias ne consacrent pas assez de ressources à la formation. Etant donné l'augmentation drastique du nombre de freelances, la question de la formation est cruciale puisqu'en absence de d'offre de la part des employeurs, les journalistes freelances n'ont pas la possibilité ou le temps de se former.
- Les pigistes et freelances manquent souvent de préparation ou d'assurance pour les zones à risques ou les conflits (manifestations, événements publics, conflits armés), ce qui les met en danger physique ou qui les pousse à prendre des risques disproportionnés.

4. Rôle des syndicats et/ou des organisations professionnelles

57. Nous l'avons dit plus haut, le statut professionnel suit des traditions et des normes très variées en Europe. Ceci est vrai également pour l'organisation syndicale dans le secteur du journalisme. Les différences entre la France et l'Allemagne sont assez flagrantes : alors qu'en France –tout comme en Belgique- seuls les journalistes professionnels reconnus comme tels peuvent adhérer au syndicat, en Allemagne les deux syndicats majoritaires (DJV et dju in ver.di) organisent également les étudiants

⁴⁹ Source : Fédération européenne des journalistes

⁵⁰ Voir pour le Royaume-Uni : <http://www.nemode.ac.uk/wp-content/uploads/2014/04/Antcliff-Case-study-of-television-news.pdf>

⁵¹ <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2213058615300103>

⁵² <https://news.ku.edu/2015/03/23/study-shows-journalism-burnout-affecting-women-more-men>

en journalisme, les retraités mais aussi des catégories de personnes qui n'ont pas le statut de journaliste : animateurs, blogueurs, designers web, content managers et les personnes en charge de l'information destinée au public (relations presse des institutions publiques et chargés de communication externe du secteur privé) si tant est qu'elles fournissent 'un service journalistique' pour le DJV⁵³ ou s'ils sont déjà membres d'un autre syndicat pour le dju in ver.di⁵⁴. Ces deux syndicats comptent près de 60.000 adhérents payants.

58. L'Allemagne et la France représentent donc deux exemples très différents de représentation syndicale : alors que les deux syndicats allemands représentent une quasi-totalité de la profession et négocient ensemble les conventions collectives, l'ensemble des six syndicats qui composent la Commission de la Carte en France⁵⁵ n'ont récolté que 9493 voix en tout pour leur présence à la Commission et le nombre total d'adhérents est d'environ 4000 journalistes, soit une représentativité syndicale inférieure à 10%⁵⁶. Les raisons sont avant tout liées au droit du travail puisqu'en France les syndicats peuvent négocier les conventions collectives par branche dès que l'un d'eux dépasse 8% résultats électoraux par branche. Il existe ainsi une convention collective nationale puis une série de convention par titre de presse.

59. Le cas de la Belgique est plus simple puisqu'il n'existe qu'une seule organisation syndicale, l'AGJPB, représentant 80% de la profession.

60. Il est à noter que dans le système anglo-saxon il n'existe pas d'accord de branche et que la possibilité pour les syndicats de négocier des conventions collectives au niveau de l'entreprise sont liés à des critères de représentativité très élevés (plus de la moitié des employés devant être membre d'un syndicat, sachant que dans le journalisme un nombre croissant de personnes sont freelances et par conséquent non « employés » selon la loi). Le NUJ compte actuellement 27500 adhérents.

61. De façon générale, les syndicats de journalistes en Europe représentent majoritairement les journalistes à plein temps, les indépendants, les photographes mais aussi les graphistes, certains techniciens, les étudiants et les chargés des relations publiques⁵⁷. Enfin les études récentes montrent que les membres des syndicats sont confrontés à un vieillissement de leurs adhérents et à un manque de renouvellement⁵⁸.

62. Les employeurs sont regroupés eux aussi dans des organisations nationales⁵⁹. Même si elles s'impliquent parfois dans la formation et l'investissement dans les ressources humaines, la situation économique de ces 20 dernières années les a conduits à concentrer leurs efforts sur les questions de survie, à savoir les sources de revenus, les diminution de dépenses (notamment dans la masse salariale), l'(in)adaptation à l'environnement numérique et la concurrence avec les agrégateurs d'information, les moteurs de recherche et les médias sociaux.

63. Les seuls véritables points de convergence entre organisation syndicales et patronales sont en général, outre la survie même du média, la défense de la liberté de la presse et le principe de protection de la propriété intellectuelle (même si sur ce dernier point le principe laisse place en réalité à une opposition entre droit d'auteur du créateur et cession de ces droits à l'employeur).

64. Les syndicats de journalistes en Europe sont de nature variée et évoluent dans des environnements professionnels et politiques très différents : il n'existe pas vraiment de dichotomie est-ouest ou nord-sud puisque les distinctions se font entre droit collectifs forts (France) ou faibles (Royaume-Uni), représentativité forte (pays nordiques) ou faible (France), reconnaissance légale du dialogue social (France, Italie, Belgique, Allemagne) et quasi-absence de partenaires sociaux (Europe centrale), etc. Enfin le paysage professionnel est grandement influencé par le climat politique général entre sociétés 'ouvertes' et régimes autoritaires ou hostiles à la liberté des médias (Turquie, Fédération de Russie, Azerbaïdjan, « L'ex-République yougoslave de Macédoine ») et les zones de conflits (Ukraine, Turquie, Nagorno-Karabakh).

⁵³ <https://www.djv.de/startseite/profil/mitglied-werden/aufnahmerichtlinien.html>

⁵⁴ <https://dju.verdi.de/ueber-uns/anschlussmitgliedschaft>

⁵⁵ Dans l'ordre de représentativité : SNJ, SNJ-CGT, CDFT, CFTC, FO et CGC

⁵⁶ En 2016, moins de 4000 journalistes français étaient membres d'un syndicat (dont approximativement 2300 SNJ, 1000 SNJ-CGT et 560 CFDT)

⁵⁷ <http://europeanjournalists.org/fr/2017/02/05/droits-et-emploi-dans-le-journalisme-le-manuel-disponible-en-francais/>

⁵⁸ *Ibid.*

⁵⁹ Allemagne : BDZV, VDZ . France: SPQR, SPQN, SPQD, SPHR, FNPS, Spiil, SEPM, FFAP. Belgique : Belgian News Media, LaPresse.be, The Ppress, UPP, FTL

5. Bonne pratiques et recommandations

5.1. Bonnes pratiques

65. Des modèles économiques « alternatifs » :
- Le médias basés sur les dons, comme <https://www.propublica.org/> aux Etats-Unis, ou <https://www.mediacites.fr/> en France.
 - En Allemagne, le site <https://krautreporter.de/> a réussi à rassembler près d'un million d'euros en six semaines pour soutenir 28 journalistes qui voulaient lancer un magazine en ligne sans publicité. Des « parrains » ont accepté de payer 60 euros par an en frais d'abonnement pour des contenus journalistiques qui sont également accessibles au public mais les parrains avaient en plus la possibilité de parler directement aux journalistes, faire directement des suggestions sur les sujets et les recherches.
 - Au niveau international, le site <https://hostwriter.org/> repose sur l'échange de différents types de soutien (recherche, hébergement, réseau local, etc.) de façon collaborative et la solidaire.
66. Faire face aux mutations sociétales :
- le statut de journaliste peut être évolutif : l'essentiel réside dans les tâches et non dans la définition légale. En Grande-Bretagne et dans les pays nordiques, la carte de presse est attribuée en fonction de l'activité et non de la définition du contrat de travail ou de la convention collective.
 - L'*Ethical Journalism Network* a défini un code de conduite pour les journalistes sur le comportement à adopter sur les sources non professionnelles⁶⁰.
67. Répondre à la précarité et accompagner les journalistes :
- En Allemagne, en Belgique et dans d'autres pays, les conseils de presse émettent des avis et des recommandations à destination des journalistes sur des questions d'actualité
 - La Fédération internationale des journalistes (FIJ) a mis en place un système d'assurance pour les freelances⁶¹.
 - En Belgique, l'AJP a mis en place la campagne *Pigiste pas pigeon*⁶² pour défendre les droits des pigistes.
 - En Belgique également, l'AJP a créé un répertoire d'experts et d'expertes issus de la diversité d'origine afin de diversifier les sources d'information et donner plus de visibilité à des personnes qui ne sont pas habituellement en contact avec les médias⁶³.
 - En Allemagne le syndicat ver.di a lancé *mediafon*, une initiative au service des freelances et des « micro-entreprises » pour développer la mise en réseau pour les questions professionnelles, fiscales et juridiques.
68. Renforcer les organisations professionnelles et répondre aux besoins des journalistes :
- En Allemagne, les syndicats ont réussi à négocier l'article 12A du *Tarifvertragsgesetz*⁶⁴ qui permet d'inclure les freelances dans les conventions collectives sous certaines conditions (notamment si plus de 50% des revenus proviennent d'un seul client).
 - Au Danemark, 40% des adhérents du syndicat DJ ne sont pas journalistes, à savoir des travailleurs des relations publiques, des graphistes, etc. « Plus nous représentons de membres, plus nous sommes influents », selon sa chargée de recrutement.
 - Au Pays-Bas, le syndicat NVJ a rendu gratuite l'adhésion pour les étudiants, ce qui est une façon d'initier et de fidéliser de potentiels membres payants.
 - En Autriche, le syndicat GPA-djp cible depuis de nombreuses années les travailleurs de la presse numérique et ceux qui ne se définissent pas forcément eux-mêmes comme « journalistes ». Un résultat tangible en est une convention collective pour les travailleurs en ligne de la radiodiffusion publique ORF et l'inclusion d'autres travailleurs en ligne dans la convention collective générale.
 - En Norvège, le syndicat NJ a créé un « calculateur de piges » permettant de calculer la rémunération que percevrait un salarié pour le même travail.

⁶⁰ <http://ethicaljournalismnetwork.org/resources/publications/ethics-in-the-news/handling-sources>

⁶¹ <https://insuranceforjournalists.com/ifj/>

⁶² <http://www.ajp.be/pigiste-pas-pigeon/>

⁶³ <http://www.expertalia.be/>

⁶⁴ <http://www.juraforum.de/gesetze/tvg/12a-arbeitnehmeraehnliche-personen>

5.2. *Recommandations*

69. Aux autorités nationales :

- Explorer des pistes de financement alternatif dans un nouvel écosystème médiatique : redistribution de recettes publicitaires générées par les moteurs de recherche ou les médias sociaux⁶⁵, statut fiscal ou légal (limitation à la financiarisation publique des entreprises de médias)⁶⁶.
- Explorer de nouvelles formes de statuts juridiques pour les entreprises de médias, par exemple des « sociétés de média à but non lucratif »⁶⁷ pour un financement à la fois viable et indépendant (en complément des médias de service public).
- Inclure les freelances dans le champ de compétence du droit social en termes de tarifs minimaux et non considérer les freelances réguliers sous l'angle du droit de la concurrence
- Permettre et soutenir la mise en place de partenaires sociaux représentatifs dans le secteur des médias pour développer le dialogue entre syndicats et employeurs.
- Respecter les normes et droits des médias, notamment sur l'impunité des attaques contre les journalistes, la protection des sources et la liberté d'expression.

70. Aux syndicats et organisations de journalistes :

- Promouvoir les adhésions, notamment auprès des jeunes et des femmes;
- Développer des services auprès des membres (mise en réseaux en ligne, assistance juridique, manuel des freelances);
- Diversifier les thématiques et les champs de formation : marketing, autopromotion, droits numériques, etc.
- Continuer à défendre les conventions collectives en incluant si possible les freelances qui travaillent de façon pérenne (« faux indépendants »). Inclure et défendre les droits des freelances et des précaires sur le lieu de travail mais aussi dans le droit social en général;
- « Ouvrir les portes » : organiser non seulement les journalistes professionnels mais aussi d'autres fournisseurs ou gestionnaires de contenu qui sont actuellement exclus de nombreux syndicats. L'appartenance syndicale n'est pas forcément liée à la détention de carte de presse professionnelle
- Encourager le dialogue entre journalistes professionnels et autres professions qui fournissent du contenu sur les questions de qualité, de normes professionnelles et de responsabilité.

71. Aux médias et organisations patronales :

- Permettre la représentation des journalistes, y compris freelance, aux comités de direction.
- Explorer de nouvelles sources de financement, notamment via la redistribution des revenus de la publicité sur les moteurs de recherche et les médias sociaux (voir aussi « recommandation aux autorités nationales »).
- Appliquer l'égalité salariale entre les femmes et les hommes, favoriser la représentation de minorités au sein de la rédaction.
- Faire en sorte que les journalistes envoyés dans des zones à risques soient préparés et assurés, notamment en assurant des formations et en garantissant leur sécurité.

⁶⁵ Voir par ex. <https://rohanjay.com/2017/02/23/facebook-dont-give-journalism-money-share-profits/>

⁶⁶ Voir <http://www.niemanlab.org/2016/04/from-nieman-reports-do-we-need-a-new-kind-of-nonprofit-structure-to-support-news-as-a-public-good/>

⁶⁷ <https://questionsdecommunication.revues.org/10247>