

États Généraux de l'information : les positions et premières propositions des organisations professionnelles des médias et des syndicats de journalistes

mind.eu.com/media/medias-audiovisuel/etats-generaux-de-linformation-les-positions-et-premieres-propositions-des-organisations-professionnelles-des-medias-et-des-syndicats-de-journalistes

6 octobre 2023

Lancés mardi 3 octobre, les États Généraux de l'information doivent améliorer les pratiques et l'économie du secteur. Dirigeants de presse, de radio, de télévision, voire de régie publicitaire, mais aussi syndicats de journalistes... l'ensemble de l'industrie veut s'emparer des travaux prévus jusqu'en juin 2024 pour faire évoluer le cadre réglementaire. Le lobbying a débuté, avec des visions et des intérêts différents. mind Media présente les orientations formulées par les différentes structures professionnelles : Spiil, APIG, SEPM, FNPS, Geste, Bureau de la Radio, SRI, SNPTV, Intersyndicale des journalistes.

Par Jean-Michel De Marchi. Publié le 06 octobre 2023 à 13h07 - Mis à jour le 09 octobre 2023 à 11h29



Les États Généraux de l'information suscitent autant d'espoirs que de craintes. Chez les éditeurs médias, mais aussi chez les journalistes. Le comité de pilotage, incarné par Christophe Deloire, délégué général des États Généraux et par ailleurs secrétaire général de Reporters sans frontières (RSF), a présenté lors d'une conférence mardi 3 octobre les thèmes retenus, les groupes de travail et le calendrier. Un site dédié a été créé.

Une première phase de concertation et de propositions, via les groupes de travail, est ouverte jusqu'à fin décembre. Ces travaux seront conduits "de façon indépendante", selon Christophe Deloire, au sein de cinq groupes de travail. Ceux-ci seront composés de 5 à 10 personnes chacun. Les candidatures pour en faire partie sont ouvertes ici jusqu'au lundi 9 octobre à 23h.

Une deuxième phase, pour délibérer, aura lieu entre janvier et mars 2024, avant un travail de synthèse et la formulation des propositions retenues par le comité de pilotage entre avril et juin. Son rôle sera donc important et ses membres seront très sollicités (lire notre encadré plus bas). Le rapport final doit être remis "avant l'été" au président Emmanuel Macron, qui a initié le dispositif (sa lettre de mission).

États Généraux de l'information : fonctionnement, thèmes et présidents des 5 groupes de travail

Un enjeu industriel pour les éditeurs médias

Une partie au moins des recommandations devraient déboucher sur une évolution réglementaire et législative pour le secteur média sur des sujets stratégiques : financement, relations avec les plateformes, indépendance des rédactions, fiabilité de l'information, concentration des médias... L'enjeu est donc important pour le secteur. Tout au long de ces prochaines semaines, éditeurs médias et syndicats de journalistes voudront mettre en avant leurs positions de façon individuelle, via un lobbying discret, les auditions publiques qui sont prévues, ou des prises de position publiques. Mais la plupart choisissent aussi le cadre collectif, via leurs structures professionnelles.

Pour faire état des positions qu'ils vont défendre et, pour certains, de leurs premières propositions, mind Media a interrogé l'ensemble des associations représentatives de l'industrie. Nous avons également sollicité les principales associations de régies publicitaires, qui jouent – souvent – un rôle dans le financement de l'information, et donné la parole aux syndicats de journalistes, eux aussi incontournables dans le processus de l'information.

Spiil : Refonte des aides à la presse, création d'un centre national de la presse, protection des journalistes

Le Syndicat des éditeurs de presse indépendante en ligne (Spiil) fonde "beaucoup d'espoirs" et veut être "proactif" dans les discussions qui s'annoncent, selon son co-président Laurent Mauriac, par ailleurs président et principal fondateur de Briefme.

Le Spiil va se positionner sur deux sujets prioritaires. Le premier concerne la refonte des aides à la presse, l'une de ses revendications historiques. "Les aides sont nécessaires, mais le système actuel n'est plus efficace : il demeure opaque, avec des critères devenus illisibles et incompréhensibles, y compris pour les professionnels. Il faut refonder et relégitimer les aides", estime Laurent Mauriac. Le Spiil va donc proposer de diminuer les aides directes et de les diriger davantage vers le numérique, en s'appuyant notamment sur la diffusion numérique. La position du Spiil n'a pas changé : s'adapter aux usages et appuyer par l'argent public les projets de développement en ligne plutôt que d'entretenir des modèles jugés obsolètes.

Quels groupes ont bénéficié des aides à la presse en 2022 ?

Le Spiil défendra également l'instauration d'un Centre national de la presse. La structure aurait pour objectif de fédérer l'ensemble des éditeurs de presse sur des projets et intérêts collectifs. "Cet organisme, rattaché au ministère de la Culture, serait d'abord un espace de dialogue et d'initiatives communes entre professionnels, par exemple pour produire des études sectorielles, mettre en place des formations, organiser l'éducation aux médias, etc. Dans un deuxième temps, on peut imaginer que ce Centre soit chargé de la gouvernance des aides à la presse", confie Laurent Mauriac. Sur ce point, il s'agirait de faire cesser la gestion directe des aides réalisée par le ministère de la Culture, donc potentiellement politique, et de tendre vers une gestion et des attributions plus transparentes et supposément plus efficaces.

Le Spiil aimerait également mettre en avant trois autres dossiers, en particulier celui concernant la liberté d'informer et le rôle des journalistes. "Une série de poursuites judiciaires contre des médias et des journalistes d'investigation, dernièrement contre la journaliste Ariane Lavrilleux, de Disclose, le montre : l'application de la loi sur la liberté de la presse de 1881 doit être clarifiée et précisée", selon Laurent Mauriac.

Enfin, l'association de la presse en ligne indépendante devrait également proposer de revoir les critères d'attribution du statut de SPEL (Service de presse en ligne) – en supprimant la conditionnalité de l'édition de contenus écrits – et de clarifier le statut IPG : les articles 39 bis A et 39 bis B du CGI sont jugés trop laxistes.

Spiil : "Nos propositions pour une presse robuste, indépendante et plurielle" (2022).

SEPM : Incitations à lire la presse, renforcement du cadre légal visant les plateformes

De son côté, le Syndicat de la presse magazine (SEPM) posera trois types de propositions. Il voudrait d'abord voir émerger de ces États Généraux une série d'incitations importantes en faveur de la lecture de la presse d'information. C'est l'une de ses priorités lors des prochaines discussions. "Il faut encourager massivement la lecture de la presse. C'est une question clé pour l'économie des médias et pour la bonne santé démocratique de notre pays", souligne François Claverie, vice-président du SEPM, par ailleurs vice-président du Point.

Le SEPM proposera ainsi que le crédit d'impôt pour les abonnements à la presse d'information politique et générale soit largement facilité. Institué par le gouvernement mi- 2020 au plus fort de la crise du Covid et budgété à 60 millions d'euros, le dispositif s'est avéré un échec. Son impact réel sur les finances publiques a été estimé à 500 000 euros par an, du fait de critères beaucoup trop restrictifs et complexes à actionner, estiment sur ce point l'ensemble des éditeurs d'informations.

Toujours en guise d'incitation à lire la presse, cette fois dirigée vers les jeunes, l'association proposera que l'abonnement à des titres de presse d'information soit inséré dans les options du Pass Culture. Ce dispositif gouvernemental instauré au niveau national depuis 2021 permet aux jeunes de bénéficier de crédits pour accéder à des contenus ou services culturels habituellement payants (films, vidéos, cinéma, jeux, jeux vidéo, livres, musées, spectacles, etc...), en fonction de leur âge : 20 euros sont offerts chaque année aux jeunes français de 15 ans, 30 euros à 16 ans puis 17 ans, et enfin 300 euros à 18 ans.

La deuxième priorité que pousseront les principaux éditeurs de presse magazine d'information porte sur la rémunération des éditeurs médias pour l'utilisation de leurs contenus par les plateformes. "La loi sur les droits voisins de 2019 n'est toujours pas appliquée correctement, fustige François Claverie. Seul Google a fini par signer des accords avec nos membres et toutes les autres plateformes rechignent toujours à discuter. Cela vaut aussi pour Meta". Meta a effectivement trouvé un accord avec l'APIG, mais pas avec le SEPM. Le SEPM milite donc pour une intervention du législateur afin d'amender la loi sur les droits voisins pour renforcer son caractère coercitif. Une revendication partagée par des éditeurs de quotidiens au sein de l'APIG, mais le contexte parlementaire est moins favorable qu'en 2021 et 2022 et des procédures prendraient de nouveau plusieurs années.

Marc Feuillée (Le Figaro) : "La loi sur les Droits voisins doit être amendée par le législateur"

Enfin, le SEPM compte se positionner en faveur d'une évolution des aides à la presse. Evidemment avec une optique différente de celle affichée par le Spiil : l'association veut élargir les critères d'attribution à tous les magazines disposant du statut IPG. Elles sont jusqu'à présent réservées aux publications IPG dont la périodicité est "au maximum hebdomadaire" et aux services de presse en ligne. Le SEPM rassemble Le Point, L'Obs, L'Express et Valeur Actuelles, mais aussi de nombreux groupes médias éditeurs de publications mensuelles ou bi-mensuelles : Bayard, Prisma Media, Condé Nast, CMI France, ou encore Reworld Media, Lagardère News, Uni-Médias ou encore Marie-Claire

APIG : Financement de la presse, lutte contre la domination des plateformes, relations aux citoyens

L'Alliance de la presse d'information générale (APIG), qui rassemble près de 200 titres de PQN, de PQR et de la presse hebdomadaire locale et régionale, et qui revendique rassembler 40 % des journalistes en France, dit aborder les travaux qui s'ouvrent dans

un esprit d'ouverture. "Nous nous félicitons de cette initiative qui doit permettre de valoriser l'information de qualité au service des citoyens", indique à mind Media Philippe Carli, président de l'APIG et du groupe EBRA.

Le premier sujet que l'association veut porter lors des États Généraux concerne la défense de la liberté et de l'indépendance de la presse face aux pressions, "d'où qu'elles viennent", insiste Philippe Carli, visant les tentatives issues des autorités institutionnelles et politiques, "plus répandues que celles émanant des actionnaires, contrairement à ce qu'on pourrait penser".

On peut entrevoir ici un début de réponse aux velléités qui seront très probablement affichées lors des États Généraux visant à réduire le pouvoir discrétionnaire souvent conféré aux directeurs de publication des médias pour destituer et/ou nommer les directeurs des rédactions. "La loi sur la liberté de la presse de 1881 donne un poids et des responsabilités importantes au directeur de publication, et il est responsable pénalement des écrits publiés dans le média qu'il dirige, au nom de la rédaction qu'il protège. On ne peut pas à la fois lui attribuer une responsabilité pénale sur des articles publiés par les journalistes et lui imposer le directeur de la rédaction", estime Philippe Carli.

Comment intégrer la transition écologique dans les activités médias et marketing

Le deuxième sujet que veut mettre en avant l'APIG porte sur la lutte contre la domination des plateformes, à différents niveaux. Pour faire le lien avec la liberté de la presse, l'association voudrait d'abord voir conforter le rôle du juge et du tribunal judiciaire pour défendre la neutralité des contenus publiés sur les plateformes par les médias et pour protéger l'indépendance des médias face au risque de censure. "Le DSA a institué la responsabilité des plateformes, c'est une bonne chose, mais le Media freedom act, en cours de discussion, pourrait leur permettre de censurer certains contenus publiés par les médias au sein de leurs espaces sur des critères qu'eux seuls décideront. Ce n'est pas un détail, il faut être vigilant", pointe Philippe Carli.

Le Parlement européen vote sa position sur le futur règlement sur la liberté des médias

Deuxième levier envisagé pour réduire la place prise par les plateformes, la lutte contre la désinformation circulant sur le web, notamment sur les réseaux sociaux et messageries. L'APIG proposera lors des États Généraux le renforcement de l'éducation aux médias en systématisant la formation à l'esprit critique, notamment dans le cadre de l'EMI, le programme d'Education aux médias et à l'information, qui serait par ailleurs renforcé. Troisième levier, la lutte contre les obstacles au pluralisme de la presse sur le numérique que poseraient les algorithmes des plateformes. "Il faut garantir le bon référencement des titres de presse sur les plateformes, au même titre que la distribution est garantie par la Loi Bichet", soutient Philippe Carli. Il fait référence ici à la distanciation prise ces 12 derniers mois par Meta, ou encore par Twitter avec les contenus d'actualités et le risque supplémentaire pour la relation des éditeurs médias avec leurs audiences.

Le troisième grand sujet porté par l'APIG concernera le financement des médias. L'association va proposer d'élargir et de faciliter l'intégration des abonnements à la presse dans le Pass Culture. Il rejoint ici la position du SEPM. Mais c'est sur la publicité qu'elle se veut particulièrement offensive, alors qu'une baisse des revenus publicitaires est entrevue chez une majorité des éditeurs médias locaux depuis mi-2022 et sans doute jusqu'à fin 2024 au moins. Les éditeurs de l'association entendent évoquer la question de "la place de la publicité dans l'audiovisuel public".

Plusieurs médias privés, en presse mais aussi en radio et en télévision, estime que Radio France et France Télévisions outrepassent les limites de la commercialisation publicitaire prévue dans leur contrat d'objectifs et de moyens et, par la double source de revenus dont ces organismes bénéficient – subventions publiques et publicités – leur font une concurrence déloyale sur le marché publicitaire et in fine dans les moyens investis pour générer des audiences.

Marc Feuillée (Le Figaro) pointe la concurrence "déloyale" du service public audiovisuel
Toujours concernant la publicité, l'APIG veut questionner certains investissements publicitaires. L'association veut remettre en cause "les listes noires" de mots clés ("black lists", ndlr) mises en place par les agences et les annonceurs pour exclure certains contextes – et donc certains sites d'actualités – jugés anxiogènes ou à risque pour leurs campagnes publicitaires programmatiques. Ces listes sont jugées beaucoup trop larges et mal configurées par les éditeurs d'informations, les privant ainsi de certains budgets publicitaires.

L'APIG voudrait également qu'une part plus importante des achats publicitaires de l'Etat "soit dirigée vers les médias locaux", autrement dit français. Il y a quelques semaines, le Service d'information au gouvernement (SIG), son bras armé en matière de communication, nous indiquait investir autour de 50 % des investissements publicitaires de l'Etat sur les grandes plateformes, contre 80 % en moyenne pour le marché, selon le dernier Observatoire de l'e-pub SRI-Udecam. Pierre Louette, PDG du groupe Les Echos-Le Parisien, et Marc Feuillée, directeur général du groupe Figaro sont allés plus loin ces dernières années en présentant l'idée d'instituer des quotas réservés aux médias français parmi les investissements publicitaires des marques.

Les éditeurs de l'APIG vont défendre un quatrième grand sujet ces prochaines semaines : le renforcement du lien de proximité avec le lectorat. "Il faut soutenir la presse dans les territoires pour éviter des déserts de l'information, en région et dans les Outre-mer", affirme Philippe Carli. Cela passe par la réaffectation et l'augmentation des aides, en particulier celles au pluralisme et pour la rationalisation des outils d'impression en région."

Marc Feuillée (Le Figaro) et Louis Dreyfus (Le Monde) appellent à une refonte du financement de l'information par l'Etat (2022)

Geste : Partage de la valeur, encadrement des plateformes, évaluation du RGPD

Du côté du Geste, qui rassemble les éditeurs de médias et services en ligne, on indique vouloir être particulièrement attentif à toutes les problématiques numériques. Parmi celles-ci figurent en particulier les enjeux liés au partage de la valeur, “dont la captation par les plateformes met à mal les business models de nos membres” et “la nécessité de mieux encadrer la publicité digitale”, souligne Laure de Lataillade, directrice générale de l’association. De manière plus générale, le Geste compte également porter l’ensemble des enjeux liés à la désintermédiation et au rôle des plateformes dans la distribution et la diffusion de contenus : transparence des algorithmes, risque de censure, diffusion des fake news, etc.

Le Geste veut aussi débattre de l’encadrement des technologies susceptibles d’impacter de façon importante les métiers des éditeurs et prestataires de services en ligne : “Nous souhaitons vivement prendre part aux réflexions sur l’IA générative et sur l’ensemble de ses défis et opportunités : impact sur les fondements même de la liberté de la presse, enjeux économiques et éthiques, etc.”, précise Laure de Lataillade.

[Info mind Media] Le Geste appelle l’Etat à intervenir pour réguler le crawling des outils d’IA générative

A cet égard, l’association insistera tout au long des prochains mois sur “l’importance d’une réglementation équilibrée” et “la nécessité d’avoir une approche globale des enjeux”, ce qui doit passer, estime-t-elle, par davantage de coopération entre les différentes autorités administratives indépendantes, en particulier entre la Cnil, l’Arcom et l’Autorité de la concurrence. Les trois organes ont annoncé ces 12 derniers mois vouloir croiser leurs expertises sur certains sujets, et de premières initiatives ont été observées, mais elles sont jugées trop timides. Le Geste veut d’ailleurs profiter des États Généraux de l’information pour dresser un bilan du RGPD et de son impact sur l’activité de ses membres, un sujet sur lequel de nombreux acteurs – éditeurs et prestataires – aimeraient davantage de discussions entre la Cnil et l’Autorité de la concurrence.

Pour valoriser davantage le rôle des médias et les distinguer des plateformes, l’association souhaite par ailleurs se positionner sur leur qualification et leur “labellisation”, pour tendre vers une reconnaissance plus forte du statut d’éditeur média. Elle mettra aussi en avant les enjeux liés à l’éducation aux médias.

FNPS : Régulation de l’IA, éducation à l’information, lutte contre la “fake science”

La fédération nationale de la presse professionnelle et spécialisée (FNPS) veut elle aussi se placer dans un rôle “d’acteur et de partenaire” des États Généraux de l’information. Elle veut défendre ses intérêts sur quatre dossiers et en premier lieu sur la régulation des solutions d’intelligence artificielle générative. “L’IA est une opportunité mais aussi un risque pour tous les producteurs d’informations si elle n’est pas régulée et encadrée. Nous devons avoir les moyens de contrôler l’accès à nos contenus et leur

réutilisation. C'est fondamental et cela se joue maintenant, souligne auprès de mind Media Jean-Christophe Raveau, président de la FNPS et par ailleurs président de Pyc Média.

Quels éditeurs français bloquent les robots d'OpenAI et Google, lesquels ont adopté le protocole TDMRep ?

Le deuxième sujet sur lequel l'association se positionnera sur la défense de l'éducation et sur l'accès à l'information. "Nos titres ont ici un rôle à jouer : l'information professionnelle et l'information spécialisée sont lues dans des filières professionnelles dont on sait que les jeunes qui suivent les cursus s'informent peu. Nous allons rappeler le rôle que nous avons auprès de ce public", indique Jean-Christophe Raveau.

La fédération de la presse professionnelle et spécialisée mettra également en avant l'importance de l'information spécialisée, en particulier dans les sciences et la médecine, produite par ses membres. "Il faut qu'on puisse distinguer davantage les informations objectives, indépendantes et fiables, qu'il faut valoriser, face au complotisme, au manque de rigueur et informations soit disant scientifiques qui n'en sont pas", pointe son président. La FNPS compte ainsi organiser avec la SPES (des professionnels de la santé et usagers) et le SPCS (le Syndicat de la presse culturelle et scientifique) une conférence pour pointer la "fake science", laquelle sera labellisée par les États Généraux de l'information.

Enfin, la FNPS se veut très prudente sur une éventuelle refonte des aides à la presse. D'autres familles d'éditeurs appellent à les revoir en profondeur, mais avec des orientations différentes, davantage tournées vers l'information IPG, ou vers les médias indépendants, ou encore vers le développement numérique. Les éditeurs de la fédération seraient victimes de ces évolutions. "Faisons attention à des changements qui créeraient des effets de bord qui pourraient déstabiliser tout un secteur, nos économies sont déjà fragiles", observe Jean-Christophe Raveau.

[Info mind Media] L'ensemble de l'industrie des contenus et de la culture française s'allie pour peser dans le lobbying sur l'AI Act

Bureau de la radio : Défense de l'information, secret des sources et éducation aux médias

Pour sa part, le Bureau de la radio (BDR), qui fédère les quatre principaux groupes radiophoniques privés, M6 (pour RTL, RTL2, Fun Radio), NRJ (pour NRJ, Nostalgie, Chérie FM, Rire et Chansons), NextRadioTV (pour RMC et BFM Business) et Lagardère News (pour Europe 1, RFM, Europe 2), veut se positionner principalement sur la défense de l'information. Elle n'a pas encore de propositions concrètes, mais va profiter des États Généraux pour "réaffirmer fortement l'importance du secret des sources des journalistes et le rôle des médias", selon Hervé Bérout, membre du BDR et par ailleurs directeur général délégué d'Altice Media.

L'association, qui revendique 600 à 650 journalistes, va défendre la nécessité du pluralisme des radios, l'importance de mettre en avant davantage la vérification de l'information et la promotion de l'éducation aux médias. "Elle nous semble insuffisante. Elle doit commencer dès l'école et plus profondément que ce qui est fait jusqu'à présent. Il y a beaucoup d'initiatives engagées directement par les médias, qu'il faut soutenir, mais il faut organiser davantage ces dispositifs à grande échelle", affirme Hervé Béroud.

Radio France, sollicité par mind Media pour détailler son approche et ses positions au cours des États Généraux, n'a pas souhaité s'exprimer.

L'industrie publicitaire se montrera attentive

Interrogées par mind Media, les principales organisations représentatives de la publicité se disent concernées et intéressées par les États Généraux, mais veulent rester légèrement en retrait. Si Alliance Digitale, qui fédère l'industrie du marketing numérique et les acteurs des données, se dit attentiste et préfère attendre de voir les orientations que vont prendre les débats avant éventuellement d'intervenir, SRI et SNPTV veulent avoir un rôle proactif et défendre leurs convictions en faveur des éditeurs locaux. Les deux structures veulent défendre l'idée que la publicité est un levier incontournable du financement de l'information fiable et vérifiée.

C'est particulièrement le cas pour le Syndicat des régies internet (SRI). "On veut participer à ce processus car la publicité joue un rôle économique important pour le pluralisme de l'information et la diversité des médias", souligne Hélène Chartier, directrice générale de la structure. Le SRI se positionnera sur les thèmes du financement des médias, du rôle de l'Etat dans le marché publicitaire et sur le statut et la définition de l'information.

De son côté, le Syndicat des régies de l'audiovisuel (SNPTV) voit actuellement ses membres se diviser, les principales chaînes de télévision privées (TF1, M6, Canal+, Altice) ayant vertement critiqué au printemps l'étendue du financement public de France Télévisions et ses largesses supposées en matière de pratiques publicitaires à leur détriment.

Les chaînes TV privées repartent à l'offensive contre France Télévisions

Le SNPTV tente de recréer du consensus en affirmant que les États généraux de l'information doivent être le lieu où adopter "une position de défense des médias, en favorisant ceux pour qui la publicité est indispensable car elle permet de financer la création culturelle et l'information. La publicité est alors tolérée car elle est la contrepartie volontairement acceptée de la mise à disposition gratuite d'un contenu ou d'une information indépendante, fiable et vérifiée". Plus largement, les États Généraux doivent être un espace pour trouver "de nouvelles sources de financement des médias tout en renforçant le contrôle et l'encadrement des hébergeurs", selon le SNPTV.

Intersyndicale des journalistes : indépendance éditoriale et défense des droits sociaux

Pour leur part, les syndicats de journalistes sont extrêmement critiques sur la configuration des États Généraux. “Il faut changer de méthode et associer les quatre organisations syndicales représentatives des journalistes : SNJ, SNJ-CGT, CFDT Journalistes et SGJ-FO”, ont-elles indiqué dans un communiqué publié le jour de son lancement, mardi 3 octobre.

Les quatre associations syndicales veulent que le processus engagé serve à “garantir l’indépendance des journalistes face aux actionnaires, au marché publicitaire et aux plateformes numériques”, en mettant fin “à la concentration des médias”. Deuxième conviction de l’intersyndicale, la modification des textes de lois sur l’indépendance et le secret des sources des journalistes (Dati, Bloche...) qui selon elle ont entaillé la liberté de la presse. SNJ, SNJ-CGT, CFDT Journalistes et SGJ-FO veulent aussi que ces États Généraux garantissent aux journalistes “de véritables droits sociaux et moraux contre les pressions économiques et éditoriales”, en faisant notamment respecter le statut des journalistes et la convention collective. Ils prônent enfin une large refonte des aides à la presse “afin qu’elles concourent au pluralisme des médias et en les conditionnant au respect de ces droits sociaux et moraux”.

“Nos priorités portent sur la protection des journalistes sous toutes ses formes – protection des sources, protection physique, protection sociale, respect de la déontologie et des lignes éditoriales, encadrement stricte de l’IA, etc. – et sur la lutte contre la précarité et le respect du Code du travail”, ajoute auprès de mind Media Elise Descamps, secrétaire générale CFDT Journalistes.

Interrogé sur ces points le 3 octobre, le comité de pilotage des États Généraux a répondu que les présidents des groupes ne représentaient pas des entreprises ou des intérêts particuliers mais l’intérêt général. Christophe Deloire a ajouté que la place des journalistes dans l’information “sera évidemment prise en compte” dans les débats, et que s’ils ne pilotaient pas un groupe en particulier, les journalistes, leur travail et conditions sociales “seront évoqués partout dans les groupes”. Il a invité les journalistes et syndicats de journalistes à candidater pour les intégrer.

Qui compose le comité de pilotage ?

Le comité de pilotage des États Généraux est composé de Bruno Lasserre, qui officie comme président. Haut fonctionnaire, ancien vice-président du Conseil d’État, il est aujourd’hui président de la Commission d’accès aux documents administratifs (CADA). Au sein du comité, il partage la conduite globale des travaux avec Christophe Deloire, délégué général. Bien introduit dans les ministères et à l’Elysée, le secrétaire général de Reporters sans frontières (RSF) est celui qui impulsé les contours des États Généraux et son fonctionnement. Son rôle sera clé tout au long du processus et jusqu’à la rédaction du rapport final.

Le comité de pilotage est complété notamment par Nathalie Collin, directrice générale adjointe du groupe La Poste. Elle connaît bien l'industrie des médias pour avoir été présidente de Libération et de L'Obs, mais aussi présidente de l'APIG et co-présidente du Fonds Google dans sa première version, visant à financer l'innovation dans le secteur média français (2013-2016). Elle milite depuis de nombreuses années, y compris publiquement, pour un renforcement de la régulation des plateformes. Elle sera un relais précieux pour nombre d'éditeurs.

Ceux-ci pourront aussi s'appuyer au sein du comité sur Anne Perrot. Cette inspectrice générale des finances, spécialiste de l'économie des médias, a été vice-présidente de l'Autorité de la concurrence. Elle a notamment co-rédigé un long rapport, remis au gouvernement français en janvier 2021, pour dresser l'état des lieux de la publicité en ligne en France et proposer différentes mesures coercitives contre les plateformes.

Le comité est complété par Camille François, spécialiste de l'étude des risques socio-techniques liés aux nouvelles technologies. Elle dirige des programmes de recherche appliquée sur ces sujets au sein de l'entreprise Niantic aux États-Unis, et autrefois chez Google. Elle est en parallèle chercheuse à la Columbia University et enseigne dans les universités de Columbia, Paris-8 et Harvard.

Enfin Maxence Langlois Berthelot, inspecteur général des Finances, occupe le rôle de rapporteur du comité. Ledit comité travaillera également "en liaison" avec Maria Ressa, journaliste philippine, fondatrice du site d'investigation Rappler, et Prix Nobel de la Paix 2021.

Jean-Michel De Marchi

Besoin d'informations complémentaires ?

Contactez



le service d'études à la demande de mind