

Commission paritaire des publications et agences de presse
(CPPAP)

Services de presse en ligne

RAPPORT D'ACTIVITE 2009-2010

SOMMAIRE

1. <u>Mission de la Commission</u>	2
1.1 Textes Fondateurs	2
2. <u>Activité de la commission</u>	3
2.1 Nature de l'examen	5
2.2 Types de presse soumis à la commission	6
2.3 Décisions de la commission	7
3. <u>Rappel des critères et évolutions significatives de la doctrine</u>	10

1. Mission de la commission :

Textes fondateurs

Les articles 27 et 28 de la loi n° 2009-669 du 12 juin 2009 favorisant la diffusion et la protection de la création sur Internet ont introduit un certain nombre de réformes qui posent les bases d'un régime juridique et économique spécifique pour les services de presse en ligne, qu'il s'agisse de sites liés à un titre de la presse imprimée ou de sites d'information autonomes dits « *pure players* ».

Le décret n° 2009-1340 du 29 octobre 2009 pris pour application de l'article 1^{er} de la loi n° 86-897 du 1^{er} août 1986 portant réforme du régime juridique de la presse précise les conditions à remplir pour être reconnu « service de presse en ligne ». Les principaux critères sont :

- une maîtrise éditoriale par la personne éditrice ;
- la production et la mise à disposition du public d'un contenu original, renouvelé régulièrement ;
- le traitement journalistique d'informations en lien avec l'actualité ;
- l'exclusion des outils de promotion ou de communication commerciale.

En application de l'article 1^{er} du décret du 20 novembre 1997 modifié par le décret du 19 novembre 2009, relatif à la CPPAP, celle-ci est chargée de la reconnaissance des services de presse en ligne. La réforme de 2009 a procédé à l'ajout de deux membres en formation publications, l'un représentant les éditeurs de services en ligne, l'autre représentant le ministre chargé de la culture, siégeant au titre de la parité administrative (article 4).

L'inscription sur la liste des services de presse en ligne fait l'objet d'une révision régulière, au maximum tous les cinq ans (article 10). Une demande de réexamen peut être opérée par les membres ou par le président de la CPPAP si le service de presse en ligne ne répond plus aux conditions exigées (article 14). Une procédure de mise en demeure est parallèlement mise en place lorsque le service de presse en ligne ne répond pas aux obligations d'identification de l'éditeur (article 15).

La reconnaissance d'un service de presse en ligne donne accès pour le site concerné à certains avantages, qui ne sont pas les mêmes que ceux réservés à la presse imprimée ; ces avantages spécifiques sont en premier lieu :

- l'exonération de contribution économique territoriale (ex-taxe professionnelle)¹;
- l'accès au bénéfice de la provision pour investissement prévue à l'article 39 bis A du Code général des impôts ; cet avantage est toutefois réservé aux entreprises exploitant un service de presse en ligne reconnu et consacré pour une large part à l'information politique et

¹ Article 1^o ter de l'article 1458 du Code général des impôts pour la cotisation foncière ; 2^{ème} alinéa du II de l'article 1586 ter du même code pour la cotisation sur la valeur ajoutée des entreprises.

Rapport d'activité CPPAP Services de presse en ligne 2009-2010

générale ; il est en outre limité aux acquisitions strictement nécessaires à l'exploitation de ce service.

Par ailleurs, la reconnaissance d'un service de presse en ligne peut ouvrir l'accès (sous certaines conditions) à un fonds d'aide directe spécifique, le **fonds d'aide au développement des services de presse en ligne**², qui permet notamment d'obtenir des subventions pour financer en partie les investissements nécessaires au développement du site concerné.

2 Décret n°2009-1379 du 11 novembre 2009 modifié relatif au fonds d'aide au développement des services de presse en ligne.

Rapport d'activité CPPAP Services de presse en ligne 2009-2010

2. Activité de la commission :

La CPPAP a procédé à l'examen des demandes de reconnaissance de services de presse en ligne dans sa formation plénière le 3 décembre 2009 pour la première fois puis au cours de deux séances suivantes dans le même mois. En 2010, elle s'est réunie à 8 reprises.

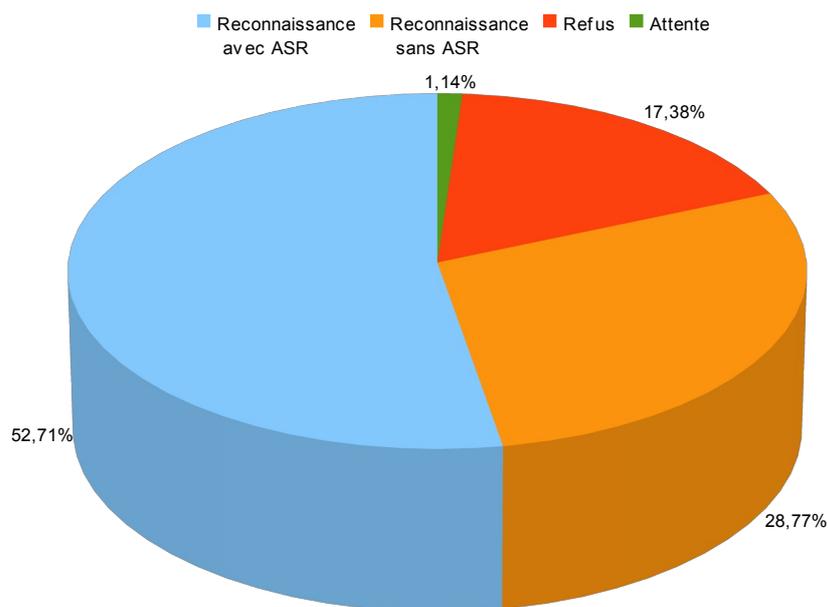
Séance de la commission	Nombre de dossiers étudiés
03/12/09	27
16/12/09	28
23/12/09	28
28/01/10	59
25/02/10	56
15/04/10	25
27/05/10	23
08/07/10	29
22/09/10	26
25/11/10	20
16/12/10	30
TOTAL	351

Sur l'ensemble des 347 demandes adressées, et n'ayant pas fait l'objet d'un report, 133 portaient sur des services ayant, selon leur éditeur, un caractère d'information politique et générale (IPG), soit 38% des demandes.

Rapport d'activité CPPAP Services de presse en ligne 2009-2010

Depuis cette date et jusqu'en décembre 2010, elle a rendu 351 décisions :

- 185 admissions sous réserve (ASR), dont 158 ASR levés et 13 non levés,
- 101 reconnaissances sans ASR (dont 12 révisions),
- 61 refus,
- 4 reports.



En 2009-2010, 286 sites ont été reconnus comme services de presse en ligne. La part de ceux auxquels a été reconnue la qualité d'IPG représente 37,4% de ce total d'inscrits.

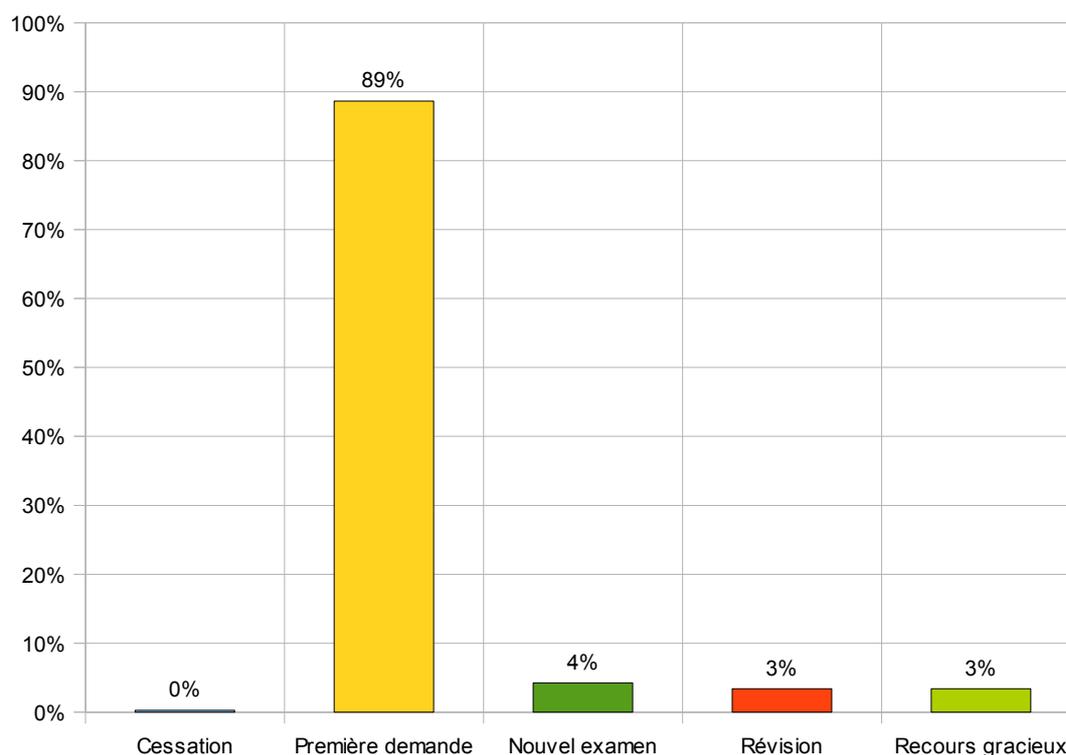
En 2010, la Commission a fixé le principe d'une reconnaissance pour 2 ans pour les nouveaux sites « pure players » et de 5 ans lorsque les sites constituent une émanation d'un titre de presse papier inscrit auprès de la CPPAP. Lors des renouvellements de reconnaissance, une durée de cinq ans peut être accordée. Des durées plus courtes peuvent être fixées, en particulier pour vérifier que le contenu d'un site présente une qualité d'information politique et générale lorsque celui-ci aborde l'actualité sous un prisme particulier.

Rapport d'activité CPPAP Services de presse en ligne 2009-2010

2.1 Nature de l'examen

Les demandes présentées pour l'année 2010 sont naturellement marquées par une majorité de 1ères demandes.

Néanmoins, la CPPAP a eu à connaître de nouveaux examens, des révisions, ainsi que des recours gracieux dans les proportions suivantes :



Seuls quelques sites ont déjà fait l'objet d'une révision en raison d'une reconnaissance accordée pour une courte période. Il s'agit plus particulièrement de sites qui proposaient des publicités en faveur de jeux en ligne. Pour ces derniers, il importait de revoir leur présentation après l'entrée en vigueur de la loi du 12 mai 2010 relative à l'ouverture à la concurrence et à la régulation des jeux d'argent et de hasard en ligne.

Sur l'année 2010, 12 recours gracieux ont été formés, dont 2 pour IPG. Concernant les deux recours gracieux pour IPG, l'un a abouti à une décision d'acceptation, et l'autre a de nouveau été refusé. Concernant les autres recours gracieux, 5 recours gracieux ont conduit à la reconnaissance du service de presse en ligne. La commission a par ailleurs procédé au rejet du recours gracieux des 5 autres demandes.

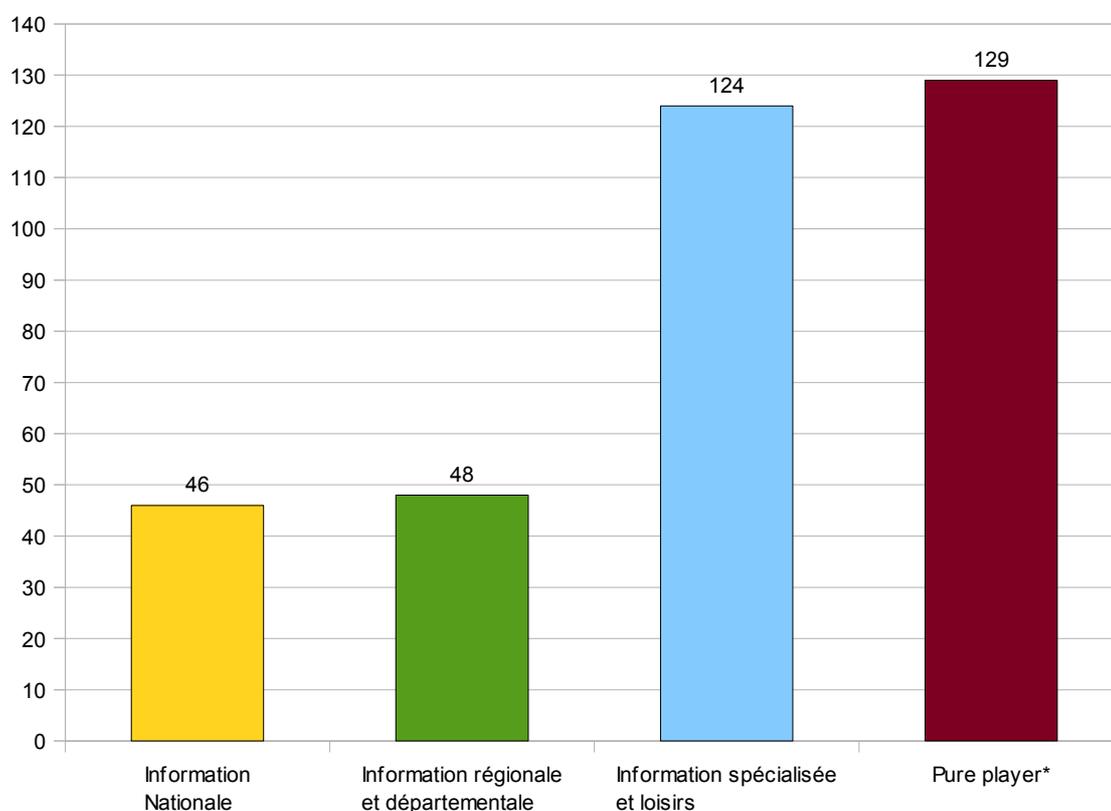
Il convient de préciser que le recours gracieux impose un examen du contenu du site au jour de la décision. Il s'est avéré difficile d'apprécier ces demandes compte tenu de la volatilité des contenus

Rapport d'activité CPPAP Services de presse en ligne 2009-2010

sur internet. C'est la raison pour laquelle plusieurs éditeurs ont procédé à une demande de nouvel examen en modifiant le contenu de leur site en conséquence et en procédant au dépôt d'un nouveau dossier complet.

2.2 Types de presse

Différents types de presse adressent des demandes à la CPPAP. Sur la fin 2009 et l'année 2010, la CPPAP a reçu 351 demandes dont 4 ont été reportées et 347 ont été effectivement examinées. Celles-ci sont ventilées comme suit :



* sont considérés comme « pure player », les sites qui n'ont pas de titre de publication inscrits auprès de la CPPAP.

Rapport d'activité CPPAP Services de presse en ligne 2009-2010

Il apparaît que près de 63% des demandes examinées en 2010 concernent des sites pour lesquels il existe déjà une publication de presse papier inscrite auprès de la CPPAP. Celles-ci ont été répertoriées en trois catégories :

- information nationale (issue des titres de la presse quotidienne, hebdomadaire ou mensuelle d'information générale);
- information régionale et départementale (issue des titres de la presse quotidienne et périodique locale);
- information spécialisée et de loisirs regroupant les autres titres et principalement ceux de presse technique et professionnelle (presse agricole, médicale, financière...) ou de loisirs (sports, tourisme, culture, décoration...)

Rapport d'activité CPPAP Services de presse en ligne 2009-2010

2.3 Décisions de la commission

2.3.1 Décisions de refus :

Proportion des refus par rapport au nombre de décisions rendues :

Les 61 refus rendus par la Commission représentent environ 17,5% de l'ensemble des décisions rendues pour l'année 2010. Certaines demandes cumulent plusieurs motifs de refus :

Nombre de motifs de refus	Refus
1 motif	30
2 motifs	23
3 motifs	7
4 motifs	1
total	61

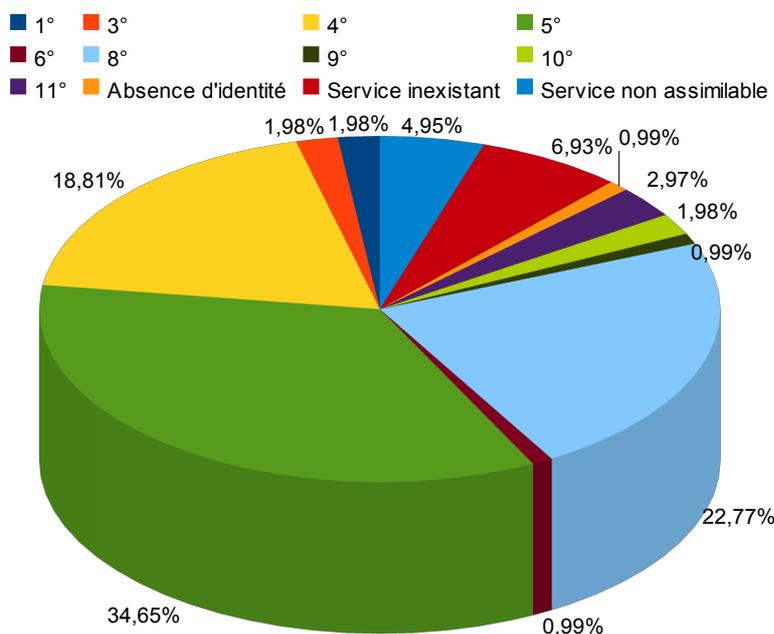
Dans la majeure partie des cas, les motifs de refus visent le défaut d'apport journalistique et sont fondés sur le 5° et 8° de l'article 1er du décret du 29 octobre 2009.

Demande d'IPG faisant l'objet d'un refus :

Décisions de la commission	Nombre de demandes IPG
IPG acceptée	107
IPG refusée	26
total	133

Rapport d'activité CPPAP Services de presse en ligne 2009-2010

Motifs de refus de la Commission (exprimés en %)



- 1° : Absence des mentions obligatoires
- 3° : Caractère non professionnel
- 4° : Mode écrit + renouvellement + datation
- 5° : Contenu original + traitement journalistique
- 6° : Défaut d'intérêt général
- 8° : Caractère promotionnel (publicité, annonces...)
- 9° : Absence de maîtrise éditoriale
- 10° : Absence d'informations sur la lutte contre les contenus illicites
- 11° : Absence de journaliste à titre régulier

Il ressort des éléments présentés par ce graphique que trois motifs principaux basent les décisions de refus de la Commission :

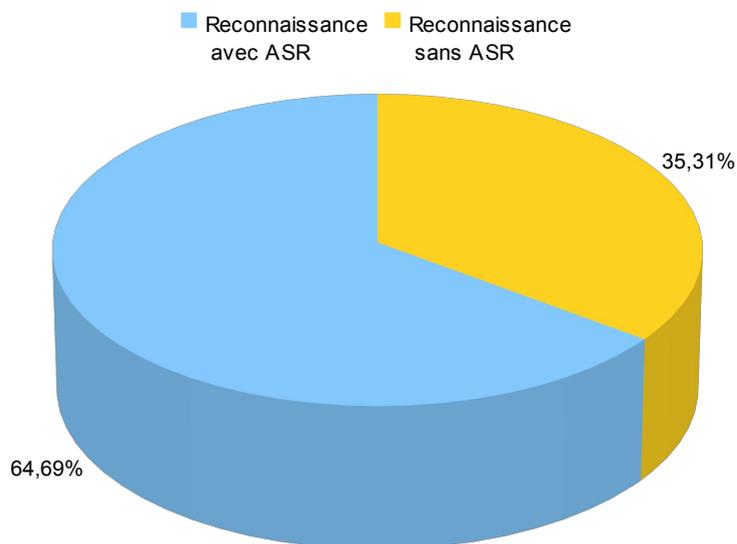
- 4° : cela concerne principalement le cas des sites n'indiquant pas de dates ou dont le renouvellement est insuffisant,
- 5° : des demandes sont refusées sur ce fondement dans la mesure où le site fait apparaître une insuffisance de traitement journalistique (comme par exemple lorsque le contenu du site se borne à exposer des fiches pratiques, ou encore lorsque le site présente uniquement un agenda),
- 8° : la majorité des refus liés à ce critère met en évidence le caractère promotionnel du site. Dans ce cas le site semble exploité en tant que portail commercial ou intermédiaire de vente.

Tous les types de presse ne sont pas refusés dans les mêmes proportions. En effet, il apparaît que c'est la catégorie des « Pure Players » qui est la plus concernée avec plus de 26% de refus, contre près de 17% pour les sites d'information spécialisée et magazine, 8 % pour les sites d'information régionale et départementale et seulement 4% pour les sites d'information nationale.

Rapport d'activité CPPAP Services de presse en ligne 2009-2010

2.3.1 Décisions d'acceptation :

Au sein des décisions de reconnaissance, les autorisations sous réserve (ASR) représentent un important volume.



Les motifs principaux de réserve portent sur deux points :

- les mentions légales insuffisamment complétées,
- l'absence de mise en place d'un dispositif de signalement de contenu illicite, tel que prévu au 10°.

La plupart des réserves sont levées dans des délais assez brefs.

Sur le total des services de presse en ligne admis, la majorité d'entre eux n'a pas la qualité d'IPG. En effet, les services de presse en ligne ayant la qualité d'IPG ne représentent que 38% des services de presse en ligne admis au titre de la période 2009/2010.

3. Rappel des critères et évolutions significatives de la doctrine :

La commission a été conduite à interpréter les critères prévus à l'article 1er de la loi de 1986 et du décret du 29 octobre 2009 pris pour son application. Elle a ainsi pris les orientations suivantes :

3.1 Les SPEL doivent répondre à la définition prévue par l'article 1er de la loi n° 86-897 du 1er août 1986 portant réforme du régime juridique de la presse qui a été complété à cet effet par l'alinéa suivant :

« On entend par service de presse en ligne tout service de communication au public en ligne édité à titre professionnel par une personne physique ou morale qui a la maîtrise éditoriale de son contenu, consistant en la production et la mise à disposition du public d'un contenu original, d'intérêt général, renouvelé régulièrement, composé d'informations présentant un lien avec l'actualité et ayant fait l'objet d'un traitement à caractère journalistique, qui ne constitue pas un outil de promotion ou un accessoire d'une activité industrielle ou commerciale. »

L'article 1^{er} de la loi pour la confiance dans l'économie numérique du 21 juin 2004 définit un service de communication au public en ligne comme : *« toute transmission, sur demande individuelle, de données numériques n'ayant pas un caractère de correspondance privée, par un procédé de communication électronique permettant un échange réciproque d'informations entre l'émetteur et le récepteur »*.

En ce sens, constituent des services de communication au public, les sites web ainsi que les lettres d'information périodiques adressées par courrier électronique à une liste d'abonnés. La Commission a ainsi reconnu la qualité de service de presse en ligne à des newsletters envoyées à des abonnés. Dans ce cas, le certificat est accordé à un titre donné et non à une URL.

En outre, la question des sous-domaines et de la reconnaissance de la qualité de service de presse en ligne à un service n'ayant pas une URL propre s'est posée. Le Comité d'orientation du fonds d'aide au développement des services de presse en ligne a en particulier interrogé en novembre 2010 la CPPAP sur la limite qu'il convient de retenir pour l'arborescence des sites reconnus comme services de presse en ligne.

La Commission a admis qu'une rubrique, référencée en sous-domaine de l'URL d'un site reconnu comme un service de presse en ligne, ne nécessite pas une reconnaissance spécifique dès lors qu'elle n'est pas autonome du site principal et que celle-ci se rattache directement à l'URL de celui-ci.

Toutefois, il importe de veiller à ce qu'il n'y ait pas de démembrement dans le contenu d'une URL donnée, qui conduirait à des financements démultipliés de façon indue via le fonds d'aide au développement des services de presse en ligne. Une attention particulière doit être portée à la reconnaissance de la qualité d'information politique et générale qui permet de bénéficier d'aides plus importantes. En conséquence, la Commission a fixé le principe d'une saisine au cas par cas par le Comité d'orientation du fonds d'aide au développement des services de presse en ligne afin qu'elle

Rapport d'activité CPPAP Services de presse en ligne 2009-2010

se prononce sur la portée des adresses reconnues.

La Commission n'a pas eu à statuer en 2009-2010 sur des demandes de reconnaissance de la qualité de service de presse en ligne pour des services uniquement accessibles sur des supports mobiles. Elle s'est en revanche interrogée sur la qualification de service de communication au public en ligne d'un service accessible uniquement sur la tablette numérique Ipad. La Commission a souhaité sur ce point recueillir l'avis du ministère en charge de l'industrie sur la question de la qualification de service de communication au public en ligne au sens de la loi du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique dès lors, qu'en l'état, ce service n'est disponible que par l'intermédiaire de l'utilisation d'une application faisant l'objet d'une exclusivité de la marque Apple et non d'un standard ouvert. En l'état, la réponse n'a pas été transmise.

3.2 Le décret n° 2009-1340 du 29 octobre 2009 précise en son article 1^{er} les critères exigés pour répondre à la qualité de SPEL :

1° - Le SPEL doit obéir aux règles d'identification prévues par la loi du 21 juin 2004

Par analogie avec le respect des mentions légales exigées pour la presse papier par la loi du 29 juillet 1881, les personnes éditant à titre professionnel sont tenues de mettre à la disposition du public les éléments d'identification suivants : identité des personnes physiques ou morales éditrices, nom du directeur de la publication et, le cas échéant, du responsable de la rédaction, coordonnées de l'hébergeur.

A cet effet, les services en ligne doivent comporter les mentions légales suivantes :

- Éditeur : nom, adresse, téléphone et, le cas échéant, raison sociale, capital social, n° RCS
- Hébergeur : nom, adresse.

2° - Le SPEL est tenu d'avoir un directeur de la publication

Conformément à l'article 93-2 de la loi du 29 juillet 1982 le nom et les coordonnées du directeur de la publication doivent être mentionnés.

Le directeur de la publication est :

- s'agissant des personnes morales : le président du directoire ou du conseil d'administration, le gérant ou le représentant légal, suivant la forme de la personne morale,
- s'agissant des personnes physiques : cette personne physique.

Liée au principe de la responsabilité éditoriale, cette désignation et la mention des coordonnées de l'éditeur permettent, le cas échéant, de connaître la personne à qui s'adresser pour solliciter un droit de réponse ou la personne à mettre en cause pour d'éventuels délits de presse, par exemple.

3° - Le service de presse en ligne doit être édité à titre professionnel

L'activité, en particulier journalistique, doit être exercée à titre principal par l'éditeur.

Rapport d'activité CPPAP Services de presse en ligne 2009-2010

Il ressort des travaux parlementaires que cette mention a pour objet d'écarter les blogs édités à titre personnel.

Lorsque l'éditeur est une personne morale, le caractère professionnel est évalué en fonction d'un faisceau d'indices (chiffre d'affaires généré, présence ou non de salariés...). Lorsqu'il s'agit d'une personne physique, la CPPAP examine si l'éditeur tire des ressources substantielles de cette activité et prend en compte la qualité professionnelle de l'éditeur (journaliste...)

Sont exclus en particulier :

- les blogs édités à titre personnel : tel a été le cas du refus d'un blog édité à titre accessoire d'une activité principale d'avocat ;
- les sites ayant pour objet de fournir des informations sur la vie interne d'une association ou d'un groupement ;
- les sites édités à titre bénévole : a été ainsi refusé un site rédigé à titre gratuit ne disposant d'aucun salarié.

4° - Le service de presse en ligne offre, à titre principal, un contenu utilisant essentiellement le mode écrit, faisant l'objet d'un renouvellement régulier et non pas seulement de mises à jour ponctuelles et partielles. Tout renouvellement doit être daté.

Ce critère se décompose en deux sous-critères :

- en premier lieu, le service doit utiliser « *essentiellement le mode écrit* », ce qui conduit la CPPAP à écarter les services constitués pour une large part de vidéos et dont le simple « légendage » écrit est accessoire. A par exemple été refusé un site essentiellement constitué de vidéos et incluant une web TV. S'agissant d'un site offrant des jeux et supports audio et vidéo, un débat s'est instauré au sein de la Commission sur une appréciation assouplie de ce critère lorsqu'il est destiné à un public d'enfants et que cette forme d'expression favorise son accessibilité. Il a à cette occasion été souligné qu'il importait dans ce cas de corrélérer étroitement cette condition avec celles qui portent sur l'exigence d'un renouvellement régulier et d'un traitement journalistique en lien avec l'actualité.

Cette exclusion des contenus vidéo et radio est liée à l'analogie opérée entre les services de presse en ligne et la presse imprimée, visant principalement l'utilisation d'un « mode écrit de diffusion de la pensée » au sens de l'article 1er de la loi du 1er août 1986. La CPPAP a estimé à ce titre qu'un service présentant des reportages d'actualité une part importante de photographies, associées à du texte, pouvaient être reconnus, dès lors que l'ensemble fait bien l'objet d'un traitement journalistique en lien avec l'actualité. Si l'illustration de l'actualité peut être admise, une banque d'images ne pourrait l'être ;

- en second lieu, le service doit faire l'objet d'un **renouvellement régulier**, attesté par la datation des articles ; l'objet de ce critère est d'exclure les simples mises à jour ponctuelles et partielles. Il s'agit d'une adaptation de l'exigence de périodicité des parutions d'une publication de presse, caractéristique d'un traitement de l'information de nature journalistique. La circonstance que les articles ne soient pas datés est un motif de rejet, le non-respect de cette obligation ne permettant pas à la CPPAP de s'assurer du fréquent renouvellement du contenu.

La CPPAP a décidé de refuser des sites sur ce motif, en particulier pour des sites se présentant sous

Rapport d'activité CPPAP Services de presse en ligne 2009-2010

la forme de bases de données actualisées ponctuellement ne faisant pas l'objet d'articles renouvelés périodiquement.

5° - Le service de presse en ligne met à disposition du public un contenu original, composé d'informations présentant un lien avec l'actualité et ayant fait l'objet, au sein du service de presse en ligne, d'un traitement à caractère journalistique, notamment dans la recherche, la vérification et la mise en forme de ces informations

Sur l'**originalité du contenu**, la CPPAP a estimé que l'originalité du contenu s'appréciait par rapport aux autres services de presse en ligne et non par rapport à la publication imprimée dont le titre est la déclinaison.

Il est donc admis que les services de presse en ligne peuvent aussi bien mettre à disposition la version imprimée que la version numérique (format pdf) d'un même titre. Cette interprétation laisse toute latitude aux éditeurs pour articuler comme ils l'entendent la version imprimée et la version en ligne d'un même titre. De même, les rédactions presse papier et presse en ligne peuvent être communes.

En revanche, ne peuvent être admis les sites « agrégateurs » et/ou « portails » qui ne produisent aucun contenu éditorial et mettent à disposition une compilation de contenus qu'ils n'ont pas produits eux-mêmes. En effet, le traitement de l'information doit avoir lieu au sein du SPEL. Ont ainsi été refusés des sites se présentant sous la forme de portails ayant vocation à permettre l'accès à d'autres services de presse en ligne.

Le **traitement journalistique** suppose un apport rédactionnel significatif, ce qui se traduit par des commentaires et analyses des faits et événements relatés. Pour les services ne présentant pas la qualité de service de presse en ligne d'information politique et générale, il n'est pas obligatoire que la rédaction soit constituée de journalistes professionnels. La présence d'un journaliste constitue cependant un indice à prendre en compte.

En conséquence, sont exclus de simples brèves ou la reprise de communiqués de presse sans qu'une vérification et un apport critique soient apportés. Le site ne doit pas davantage se présenter sous la forme d'un guide, d'une base de données ou d'une encyclopédie en ligne actualisée, d'un catalogue ou d'un annuaire.

Certains services en cours d'élaboration ont également pu être provisoirement écartés de la reconnaissance parce qu'ils comportaient un contenu insuffisant pour permettre à la CPPAP d'apprécier la nature du traitement de l'information.

Par ailleurs, l'objet principal du SPEL ne peut consister à inciter à l'abonnement de publications imprimées, sans mise en ligne d'un contenu rédactionnel suffisant. Dans cette hypothèse, l'objet principal du site est d'assurer la promotion de la publication ou d'être un simple outil de vente des abonnements.

Parmi les refus opposés sur ce critère (le plus utilisé), peuvent être cités :

- un guide touristique et culturel ;
- un agenda des événements locaux ;
- un annuaire professionnel d'entreprises, produits et services ;

Rapport d'activité CPPAP Services de presse en ligne 2009-2010

- un support d'abonnement à une revue papier ;
- des fiches techniques avec mises à jour ;
- un contenu principalement constitué de recettes de cuisine ;
- des conseils et astuces de beauté sans apport éditorial significatif ;
- un recueil de témoignages d'internautes sur l'histoire et l'actualité sans traitement journalistique.

Cette exigence est spécifique à la presse en ligne et peut dans certains cas conduire à un refus d'une publication admise sur les registres de la CPPAP dans son format papier. Tel a été en particulier le cas d'un recueil de textes juridiques.

6° - Le contenu publié par l'éditeur du service de presse en ligne présente un caractère d'intérêt général quant à la diffusion de la pensée : instruction, éducation, information, récréation du public

L'objectif de ce critère est notamment d'exclure tous les services de presse en ligne qui inciteraient par leur contenu à des actions contraires à l'intérêt général. On peut citer par exemple des sites qui seraient dédiés au téléchargement illégal ou qui inciteraient à des comportements contraires aux règles de protection de la santé publique. Sur ce dernier point, la Commission, après avis défavorable de la direction générale de la Santé, a décidé de refuser la reconnaissance d'un service dès lors que la présentation opérée des compléments alimentaires et de la DHEA ne comportait pas suffisamment de recommandations de précautions d'usage, compte tenu des risques induits pour la santé.

Sur ce même critère d'intérêt général, plusieurs services se sont vu opposer un refus en raison d'incitations à consulter des sites de jeux en ligne illégaux, avant l'intervention de la loi du 12 mai 2010 relative à l'ouverture à la concurrence et à la régulation du secteur des jeux d'argent et de hasard en ligne. Depuis la mise en place de ce cadre législatif, la Commission vérifie que les services mentionnés ont fait l'objet d'un agrément par l'Autorité de régulation des jeux en ligne.

7° - Le contenu du service de presse en ligne doit respecter la dignité humaine et la décence et ne pas présenter la violence sous un jour favorable

Le service ne doit pas contenir des propos ou images de nature à heurter la sensibilité des internautes ; tel est le cas, en particulier lorsqu'ils présentent un caractère violent ou pornographique.

Ce critère n'a jamais été appliqué par la CPPAP.

8° - Ne pas être l'instrument de publicité ou de communication d'entreprises commerciales, industrielles, bancaires, d'assurances ou d'autre nature et ne pas avoir pour objet principal la diffusion de messages publicitaires ou d'annonces

Les messages publicitaires et les annonces ne doivent revêtir qu'un caractère accessoire à celui du contenu éditorial. Ont en conséquence été refusés des sites dont le contenu est constitué à titre principal de publicité, d'annonces judiciaires et légales ou d'offres d'emplois.

Le site ne doit pas constituer un instrument de publicité et de communication en faveur d'une

Rapport d'activité CPPAP Services de presse en ligne 2009-2010

activité industrielle, artisanale, commerciale ou de prestation de service autre que la mise à disposition du public d'informations ayant fait l'objet d'un traitement à caractère journalistique. A cet égard, ses articles ne doivent pas constituer une présentation commerciale de produits ou activités ni constituer une forme de publicité rédactionnelle.

A titre d'illustration, les refus suivants peuvent être cités :

- un site présentant un lien direct entre une information sur des produits et une boutique en ligne ;
- un contenu constitué uniquement d'une offre commerciale d'abonnement à une publication de presse imprimée ;
- un site ayant pour vocation de favoriser le développement d'un réseau à très haut débit et l'accès à celui-ci dans une région ;
- la présentation de produits avec la mention des entreprises ou prestations concernées (marque et prix) ;
- la promotion de foires et salons ;
- l'actualité d'un club de football professionnel (entreprise commerciale) ;
- la présentation de formulaires d'offres et de devis d'entreprises.

9° Le service doit garantir une maîtrise éditoriale de son contenu

Le contenu éditorial doit être produit par l'éditeur. Celui-ci doit être propriétaire des droits d'exploitation et des éléments rédactionnels mis à disposition du public.

10° Sur les espaces de contribution personnelle des internautes, toute personne doit pouvoir signaler la présence de contenus illicites

Ce critère suppose la présence d'un onglet sur les espaces de contribution personnelle des internautes sur chaque commentaire extérieur à la rédaction (en particulier sur les forums), permettant aux internautes de signaler un contenu de nature à présenter un caractère illicite. Ce dispositif doit être mis en place systématiquement, y compris lorsque l'éditeur procède à une modération a priori.

Ce dispositif est très souvent absent des espaces de contribution personnelle et fait l'objet d'admissions sous réserve de mise en place d'un dispositif de signalement adéquat.

3.3 Les critères exigés pour la reconnaissance de la qualité de service de presse d'information politique et générale

Conformément aux dispositions du dernier alinéa de l'article 1er de la loi du 1er août 1986 modifiée, l'article 1er du décret du 29 octobre 2009 précise en son 11° : « ***Pour les services de presse en ligne présentant un caractère d'information politique et générale, l'éditeur emploie, à titre régulier, au moins un journaliste professionnel au sens de l'article L. 7111-3 du code du travail*** ».

Cette exigence n'est pas prévue pour la presse imprimée mais le législateur a estimé, compte tenu

Rapport d'activité CPPAP Services de presse en ligne 2009-2010

de la diversité des informations qui circulent sur le web, outil de communication à la disposition de tous, qu'il importait d'inciter les éditeurs de services de presse en ligne d'information politique et générale à disposer de journalistes, afin de favoriser la mise en ligne d'informations fiables ayant fait l'objet de recherche et de vérification selon un traitement répondant à une déontologie professionnelle.

L'existence de ce critère conduit la CPPAP à se prononcer sur le caractère « *d'information politique et générale* » des services dont la reconnaissance est sollicitée, y compris lorsque l'éditeur ne revendique pas ce caractère.

En effet, si la CPPAP estime qu'un service est d'information politique et générale et constate qu'il n'emploie aucun journaliste, elle devra refuser la reconnaissance du service.

Le site doit employer au moins un journaliste professionnel, au sens de l'article L 7111-3 du code du travail. Cette disposition impose l'emploi d'au moins un journaliste à titre régulier et salarié, ce qui n'inclut pas le cas des journalistes associés, directeur de publication. Sont également exclues les contributions de journalistes à titre bénévole. En revanche, dès lors que le journaliste est employé à titre régulier, il peut être rémunéré mensuellement ou à la pige, la pige étant une modalité de rémunération.

Aux termes de l'article 2 du décret précité, pour revêtir le caractère d'IPG, un service en ligne doit apporter au public « *de façon permanente et continue* », « *des informations, des analyses et des commentaires sur l'actualité politique et générale locale, nationale ou internationale susceptibles d'éclairer le jugement des citoyens* » ; en outre, « *ces informations doivent présenter un intérêt dépassant significativement les préoccupations d'une catégorie de lecteurs* ».

Les critères d'appréciation de l'IPG sont très proches de ceux utilisés pour le « ciblage » en presse imprimée (article D. 19-2 du code des postes et des communications électroniques), lequel ouvre droit à des aides directes ou indirectes particulières.

- Les informations, analyses et commentaires doivent porter sur un **contenu constitué d'informations à caractère politique et de sujets divers à caractère plus général**.

La notion d' « *actualité politique et générale* » donne lieu à de fréquents débats au sein de la CPPAP.

Sont exclus les contenus à caractère trop spécialisé (par exemple des sites d'information médicale), ou ne présentant pas suffisamment d'information à caractère politique ou à caractère général.

A l'instar de la presse papier, le traitement de l'information peut être prioritairement axé sur l'information locale à condition qu'elle soit suffisamment variée et comporte des analyses et commentaires des sujets d'actualité traités.

Il a également été décidé de reconnaître le caractère d'IPG, sous réserve d'un traitement diversifié et accessible à un large lectorat, des services qui traitent l'actualité sous un prisme particulier comme celui de l'économie ou du développement durable.

Rapport d'activité CPPAP Services de presse en ligne 2009-2010

- Les informations doivent être apportées **de façon permanente et continue**.

A la différence de la presse écrite pour laquelle est prévu un critère de périodicité (au maximum hebdomadaire), les informations doivent être apportées « *de façon permanente et continue* ». Ce critère a également donné lieu à débats. Il a ainsi été estimé qu'un renouvellement mensuel du contenu n'était pas suffisant pour répondre à la qualification d'information politique et générale.

- Ces informations doivent **dépasser de façon significative les préoccupations d'une catégorie de lecteurs** et traiter de sujets divers susceptibles de recueillir l'intérêt d'un public large et varié. Si l'actualité peut être abordée sous un prisme particulier (par exemple une religion ou une orientation politique), elle ne doit pas s'adresser de façon quasiment exclusive aux membres d'une communauté. L'accès à l'information ne doit pas être restreint. La CPPAP a ainsi refusé le caractère d'IPG à un site rédigé en langue régionale, en considérant que la condition de langue restreignait l'accès au contenu éditorial à une catégorie réduite de lecteurs. Cette décision était cohérente avec la doctrine de la CPPAP à l'égard des publications en langues étrangères, pour lesquelles seules sont reconnues d'IPG les publications en langue anglaise, compte tenu de l'enseignement généralisé de cette langue en France.

La CPPAP a également estimé que le contenu et le prix très élevé tant de l'abonnement que de la facturation à l'article d'un site interdisaient de considérer que celui-ci dépassait de façon significative les préoccupations d'un public restreint de décideurs politiques et économiques qui souhaitent disposer d'informations stratégiques. Cette interprétation est également conforme à l'approche retenue par la Commission pour la presse papier, confirmée par la jurisprudence du Conseil d'Etat.

L'IPG est quasiment systématiquement attribuée pour les sites dont la publication papier a déjà obtenu l'IPG.

A l'inverse, certains sites peuvent se voir reconnaître la qualité d'IPG alors que la publication papier n'en dispose pas, dès lors que ce contenu est enrichi dans sa version numérique, dans le traitement des sujets ou bien encore dans leur fréquence de renouvellement (cas d'une publication mensuelle qui n'est pas ciblée mais dont le site a été reconnu d'IPG, dès lors qu'il fait l'objet d'une actualisation continue).