
**MANIFESTE
POUR UN
NOUVEL ÉCOSYSTÈME
DE LA
PRESSE NUMÉRIQUE**



19 octobre 2012

PRÉAMBULE

La liberté, l'indépendance et la diversité de la presse constituent des éléments fondamentaux des sociétés démocratiques. Il est essentiel que ces valeurs, fruit d'une longue histoire, soient préservées.

Demain comme hier, le rôle de la presse devra être d'investiguer, d'analyser, de commenter, de vérifier et de hiérarchiser, de mettre en perspective, de donner du sens à des événements complexes, de déranger et de surprendre, d'instruire et d'éduquer. Bref, d'informer, en s'appuyant sur des équipes de journalistes professionnels disposant des moyens nécessaires pour accomplir ces tâches difficiles.

Toutefois, le contexte économique, technologique et social de demain sera radicalement différent. Une révolution industrielle a été engagée il y a près de 20 ans déjà, avec la naissance du Web. Alors qu'elle n'en est encore qu'à ses débuts, elle remet totalement en cause les outils de production et de distribution, déstabilise les modèles économiques et ébranle les choix éditoriaux.

Acteur essentiel d'une démocratie vivante, la presse suppose des conditions, un contexte et un climat, pour pouvoir s'épanouir et se renforcer et ainsi créer une valeur qui soit à la fois celle de ses entreprises et celle de la cité. Un cadre législatif et réglementaire favorable, des fondements professionnels forts, une indépendance économique réelle : c'est cet ensemble qui constitue l'écosystème de la presse numérique, le milieu naturel qui lui permettra de se développer.

Aujourd'hui, une grande partie de la presse française ne peut vivre sans des aides de l'Etat qui représentent près de 10% du chiffre d'affaires annuel du secteur (descendu depuis 2009 sous la barre symbolique de 10 milliards d'euros). On ne retrouve une telle dépendance à l'aide publique nulle part ailleurs en Europe. Dans une démocratie, cette situation est malsaine.

Malgré ces subventions, les principaux acteurs ne cessent de s'affaiblir : chiffres d'affaires en baisse, décroissance continue des diffusions, chute des recettes publicitaires, réduction de la taille des rédactions.

Or, l'écosystème actuel continue à orienter l'essentiel de ses ressources vers le maintien de modèles anciens, indépendamment de toute réflexion sur leur finalité, leur pertinence et leur viabilité.

Comme l'a montré l'histoire de nombreuses industries, les digues construites pour enrayer les bouleversements en cours sont non seulement inutiles, mais contre-productives. Elles sont inégalitaires, maintiennent une relation de dépendance du secteur vis-à-vis des pouvoirs publics et brident la créativité. In fine, c'est l'existence même d'une presse indépendante et forte qui est en péril.

Une réorientation radicale de l'allocation des ressources du secteur est donc nécessaire : pour développer ce que sera la presse demain ; pour que l'information soit plus indépendante, plus libre et plus diverse ; pour que la presse soit de plus grande qualité et qu'elle ait plus de lecteurs.

Cela nécessite :

- a) Une réelle prise de conscience des enjeux par les principales parties prenantes : éditeurs, journalistes, lecteurs, législateurs et prestataires de la presse ;
- b) Une véritable détermination à faire bouger les lignes, en y consacrant tous les moyens nécessaires ;
- c) De l'imagination, de la créativité, de l'innovation sur toute la chaîne de production et de diffusion de l'information.

L'indépendance et la pluralité de la presse relèvent en premier lieu de la responsabilité des éditeurs. Mais cette indépendance et cette pluralité peuvent et doivent être légitimement soutenues par l'Etat, dont le rôle est de fixer le cadre juridique, fiscal et économique dans lequel elles peuvent s'exprimer et se renforcer. Cette transformation peut se faire sans ressources budgétaires supplémentaires. Il appartient cependant à l'Etat de restructurer totalement les mécanismes en vigueur.

C'est dans ce contexte que le Spiil a élaboré **dix propositions** destinées à favoriser le développement d'un **nouvel écosystème de la presse numérique**.

Nous soumettons ce manifeste à l'ensemble des parties prenantes : les parlementaires qui font la loi ; les gouvernants qui la mettent en œuvre ; nos confrères éditeurs avec lesquels nous souhaitons engager un dialogue constructif ; les partenaires technologiques et industriels qui accompagnent notre activité ; et les journalistes et salariés qui font vivre la presse tous les jours.

Notre objectif est que ce manifeste permette d'initier un véritable débat, au cours duquel s'élaborera le nouvel écosystème que nous appelons de nos vœux.

1. SUPPRIMER LES AIDES DIRECTES ACTUELLES

▪ *Le constat* : **Des aides directes inefficaces**

Les aides directes à la presse sont clairement inadaptées au nouveau contexte numérique et sont globalement inefficaces, comme l'ont parfaitement montré, ces dernières années, de nombreux rapports de parlementaires et d'experts. Soit elles servent de perfusion permanente pour permettre à des publications en difficulté de survivre tant bien que mal, sans avoir à réaliser les véritables efforts éditoriaux, commerciaux et industriels nécessaires pour se restructurer. Soit elles constituent un effet d'aubaine pour grappiller des subventions, de manière opportuniste. Malgré les intentions affichées, les incitations à l'innovation de ces aides demeurent très faibles. Celles-ci sont en outre profondément inégalitaires : ainsi que l'a souligné en novembre 2011 la sénatrice Nicole Bricq dans son rapport sur la Loi de Finances 2012, « 50% des aides directes bénéficient à 2% des titres aidés (neuf titres) ». L'autre moitié des aides est saupoudrée entre une multitude de publications, sans que l'Etat ait défini de véritables objectifs et sans qu'il soit en mesure d'évaluer réellement l'efficacité de ces subventions.

De ce point de vue, le bilan des Etats généraux de la presse de 2008 est édifiant : le quasi-doublement des aides directes sur la période 2009-2011 n'a en rien empêché la dégradation continue de la situation de la presse et n'a guère aidé à sa mutation industrielle.

Le nouveau Fonds stratégique pour le développement de la presse, créé en 2012 après six mois de travaux des représentants de la profession et de l'administration, améliore, certes, la transparence du système, mais reste fondamentalement calqué sur le modèle ancien.

▪ *La proposition* : **La suppression en trois ans des aides directes actuelles**

Le Spiil se prononce pour une suppression totale des aides directes à la presse.

Cependant, conscient des difficultés structurelles que rencontre actuellement la profession, le Spiil estime que cette suppression peut se faire de manière progressive, sur trois ans. Cette période de transition permettra d'engager une réflexion plus globale sur le soutien que l'Etat peut apporter à l'indépendance et à la pluralité de la presse.

2. RENFORCER LES AIDES INDIRECTES

- *Le constat* : **Des aides indirectes simples et équitables**

Par essence, les aides indirectes sont plus prévisibles que les aides directes et mieux à même de recentrer l'Etat dans son rôle de stimulation d'un secteur économique, tout en limitant les effets de distorsion.

La principale aide indirecte, la TVA à taux réduit de 2,10% pour la presse papier, est efficace car elle permet de réduire le prix des journaux et donc de faciliter l'acte d'achat par les lecteurs. Elle est équitable, car elle s'applique, sans distinction, à tous les éditeurs.

Son coût est relativement faible et parfaitement prévisible. Il est évalué par la Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) à 195 millions d'euros par an, un montant représentant environ la moitié des aides directes du ministère de la Culture.

- *La proposition* : **Le renforcement immédiat des aides indirectes**

Les aides indirectes actuelles, notamment la TVA à 2,10%, doivent être étendues immédiatement par un vote du parlement, à la presse numérique. Cette mesure serait d'un coût très faible qui a été évalué par des experts à quelques millions d'euros la première année. Elle aurait pour effet immédiat d'encourager les éditeurs à proposer en ligne des contenus payants de qualité. A terme, pour l'Etat, les nouvelles recettes de TVA obtenues via les ventes de la presse en ligne compenseraient largement la réduction des recettes de TVA perçues sur la presse papier, du fait de la baisse récurrente de sa diffusion.

Indépendamment des contraintes propres à la crise économique actuelle et à la législation européenne, la piste d'une TVA à 0% pour la presse d'intérêt général, quel que soit son support, devrait être débattue, à l'instar de la tradition britannique qui, avec cette TVA à taux zéro, distingue et sépare la presse quotidienne des autres produits marchands, de par son apport à la vie démocratique.

Les autres aides indirectes, comme la déduction fiscale des investissements matériels, doivent être renforcées et étendues aux investissements logiciels.

3. INCITER A LA RECHERCHE ET AU DEVELOPPEMENT

- *Le constat* : **une industrie qui n'investit pas dans la recherche**

Alors que la presse connaît une révolution industrielle sans précédent, il faut noter le niveau anormalement faible des budgets que les éditeurs consacrent à la recherche et développement.

Or, sans grands projets de R&D, la presse numérique sera condamnée à confier à quelques géants américains, tels que Apple, Google, ou Amazon, une bonne partie de ses moyens de production de l'information, de diffusion de ses contenus et de commercialisation de sa publicité comme de ses abonnements. L'expérience de ces dernières années montre que ces nouveaux acteurs imposent unilatéralement leurs règles, privilégient la course à l'audience par rapport à la recherche de la qualité et captent à leur seul profit l'essentiel de la valeur ajoutée produite par les éditeurs. A terme, le risque pour les éditeurs de presse français, est de perdre, aussi, la maîtrise de leurs contenus rédactionnels.

- *La proposition* : **des mesures concrètes d'incitation à la R&D**

Les sommes actuellement octroyées par l'Etat aux aides directes seraient bien plus utiles et efficaces si elles étaient affectées à des aides à la recherche et développement. Ces aides pourraient s'inscrire parfaitement dans les mécanismes existants, tels que le crédit impôt recherche (CIR). Il revient donc aux organisations professionnelles de la presse et à l'Etat de travailler ensemble pour mieux faire connaître ces mécanismes auprès des éditeurs et de les adapter, si nécessaire, aux spécificités de la presse. Ces aides doivent permettre aux entreprises de presse et à leurs groupements, au plan national et au plan régional, de mettre en place des contrats avec les organismes de recherche (universités) spécialisés dans les domaines intéressant la presse (contenu, gestion, logiciels, etc.).

4. FAVORISER LES INVESTISSEMENTS

▪ *Le constat* : **Une sous-capitalisation des entreprises de presse**

D'une manière générale, les entreprises de presse françaises sont très faiblement capitalisées, qu'il s'agisse de la presse imprimée ou des pure players numériques. Pour que ces entreprises puissent soit opérer leur mutation vers la presse en ligne, soit se développer dans le numérique, il est indispensable que des mécanismes de financement adaptés leur permettent de réunir les capitaux nécessaires, tout en préservant leur indépendance.

▪ *La proposition* : **Des incitations juridiques et fiscales**

L'Etat doit être en mesure d'adapter les mesures d'incitation juridique et fiscale existantes, de manière à favoriser les investissements dans les entreprises de presse :

- Création d'un cadre juridique facilitant la pérennité économique d'entreprises de presse rentables dont l'indépendance repose sur un contrôle du capital par leurs rédactions, leurs salariés et leurs lecteurs. Il s'agirait d'étendre et d'adapter au secteur de la presse, au nom de sa mission d'information d'intérêt public, le régime des « *fonds de dotation* », institué depuis août 2008 par la loi de modernisation de l'économie (loi n° 2008-776), afin de favoriser des initiatives d'intérêt général. Cette invention de ce qui s'apparenterait à des « *sociétés de presse à but non lucratif* » inciterait, avec l'appui de l'Etat, les donateurs à aider la presse dans sa mission d'intérêt public, de façon vertueuse, c'est-à-dire sans pouvoir en faire un levier d'influence.
- Exonérations fiscales de l'impôt sur le revenu pour les personnes physiques acquérant des actions de sociétés de presse dans des conditions de participation garantissant l'indépendance rédactionnelle de ces entreprises ;
- Absence de taxation des bénéfices non distribués et affectés à des investissements d'avenir ;
- Incitation aux fonds d'amorçage, en particulier aux fonds d'amorçage locaux et régionaux ;
- Renforcement des fonds de garantie pour la presse, à l'instar de ceux existants dans d'autres industries culturelles (par exemple, l'IFCIC).

5. IMPULSER UNE STRATEGIE NUMERIQUE EUROPEENNE

- *Le constat* : **Les infrastructures numériques d'aujourd'hui sont inadaptées**

Pour se développer, la presse numérique doit impérativement créer de nouvelles infrastructures industrielles, conçues à l'échelle européenne, afin d'être en mesure de résister aux monopoles américains. Ces infrastructures stratégiques comprennent notamment les outils de production (CMS), les nouvelles plateformes de diffusion (tablettes, mobiles) et les systèmes de paiement en ligne.

1- Les CMS (*Content Management System*) d'aujourd'hui, qui sont les outils de production de la presse numérique, sont globalement insatisfaisants. Ils nécessitent des développements spécifiques importants, souvent confiés par les éditeurs à des SSII qui elles-mêmes sous-traitent une partie du code dans divers pays émergents. Résultat : les éditeurs sont fortement dépendants de prestataires qui conservent souvent le contrôle des codes-sources et ils n'ont qu'une faible maîtrise des évolutions de leur CMS.

2 - Les plateformes de diffusion de demain, sur téléphone mobile et sur tablettes sont entièrement contrôlées au niveau mondial par Apple, Amazon et, dans une moindre mesure Google (voir ci-dessus).

3- Les systèmes de paiement par carte de crédit, notamment ceux mis en place par les établissements membres du GIE Carte bancaire, ont été conçus pour des transactions physiques, chez le commerçant. Ils sont très mal adaptés aux transactions numériques en ligne, ce qui constitue un véritable obstacle au développement de la presse numérique.

- *La proposition* : **Le lancement de grands projets européens**

1- En ce qui concerne les systèmes de production d'information (CMS), le Spiil encourage la mise en commun par les éditeurs de certaines de leurs briques logicielles, que cela soit dans une logique open source ou dans un cadre commercial. Ces développements communs pourraient obtenir l'appui de programmes nationaux ou européens.

2- La diffusion sur tablettes, de grands projets européens, soutenus par l'un des multiples programmes de la Commission européenne et rassemblant

des éditeurs, aux côtés de prestataires matériels et logiciels de plusieurs pays, devraient renforcer l'autonomie des éditeurs. Les entreprises de presse seraient les maîtres d'ouvrage du projet, de manière à en conserver le contrôle « politique », commercial et industriel. Ce serait en quelque sorte le Presstalis de demain. Plusieurs projets concurrents pourraient, bien entendu, être lancés. De ce point de vue, l'excellente initiative récente du GIE ePresse de création d'un kiosque numérique en France a vocation à être étendue à un grand nombre d'éditeurs. Ces dynamiques peuvent aussi être développées sur des logiques thématiques et/ou régionales comme l'a initié le kiosque PressInfo en Rhône-Alpes. Enfin, les éditeurs pourraient établir un format d'API, via ces GIE ou indépendamment, leur permettant de contractualiser l'accès à leurs contenus avec les agrégateurs ou moteurs de recherche.

3- Pour ce qui est des systèmes de paiement en ligne, il est de l'intérêt des éditeurs et du devoir du gouvernement de faire pression sur les banques membres du GIE Carte bancaire pour qu'elles prennent réellement en compte les spécificités du paiement en ligne, qu'elles adoptent des normes communes (au lieu de créer la confusion des utilisateurs en proposant chacune un système différent) et qu'elles améliorent la fluidité et la facilité des transactions. Ces avancées doivent se faire, bien entendu, dans un cadre européen.

6. DEFENDRE LA NEUTRALITE DES SUPPORTS

▪ *Le constat* : **Une inégalité persistante entre papier et Web**

L'obtention, il y a seulement trois ans, en 2009, d'un statut de la presse en ligne n'a pas mis totalement fin aux inégalités entre la presse numérique et la presse imprimée.

L'incohérence que représente le maintien d'une différence de taux de TVA entre presse imprimée et presse numérique est largement connue (voir point 2). Mais il persiste une autre distorsion, tout aussi inacceptable, concernant les annonces légales. Depuis un décret de 1955, la publication de ces annonces est strictement réservée aux titres papier payants, pour lesquels elles représentent un revenu non négligeable. Or ce décret est devenu obsolète depuis la création du statut d'éditeur de presse en ligne, reconnaissant pleinement l'équivalence entre les titres imprimés et les publications en ligne. Dans les faits, la dématérialisation des annonces légales recommandée par l'Union européenne n'a pas encore trouvé d'écho dans le droit français qui pourtant, évoque la stricte application du principe de neutralité entre les supports. Dans la mesure où la presse en ligne respecte les grands principes de fonctionnement et de déontologie des journalistes et rédactions de presse pour les adapter au numérique, elle ne saurait endurer une inégalité fiscale et une distorsion de concurrence.

▪ *La proposition* : **Egalité des droits pour la presse numérique**

La démarche adoptée dans le cadre de la loi Hadopi I doit être généralisée afin de faire pleinement respecter le principe de la neutralité du support, qui implique que les publications en ligne soient traitées à égalité avec les publications papier et bénéficient des mêmes avantages et dispositions légales que les publications papier.

Le Spiil demande donc au gouvernement de réviser la loi n°55-4 du 4 janvier 1955 concernant les annonces judiciaires et légales, devenue obsolète, et de permettre aux services de presse reconnus comme tels de publier les annonces légales et judiciaires relatives aux sociétés et fonds de commerce, dans les mêmes conditions que les journaux papier.

La démocratisation de ce dispositif serait un acte de justice qui, de plus, aiderait à la création d'emplois dans un secteur innovant, notamment dans les départements et les régions où le pluralisme de l'information est, depuis longtemps, malmené.

7. ETENDRE LE DROIT A L'INFORMATION

- *Le constat* : **Un droit d'accès limité et éclaté**

A l'heure du lien hypertexte, des archives numérisées, des forums participatifs, du développement de « l'open data », il est nécessaire de repenser le droit de l'information, dans son ensemble.

Ainsi, le droit d'accès aux documents administratifs, tel qu'il a été instauré par la loi du 17 juillet 1978, et sa gestion par la Commission d'accès aux documents administratifs (CADA) se heurtent au maintien d'une culture du secret au sein de l'Etat et des collectivités territoriales. Au-delà, cela reste un droit d'accès indirect et conditionné.

La loi de 2010, qui a remodelé les textes assurant la protection des sources de journalistes, laisse encore la place à des interprétations qui fragilisent le principe même qu'elle est supposée défendre.

Le droit d'« alerte éthique » des citoyens (*whistleblowing*), tel qu'il est reconnu par exemple aux Etats-Unis (loi Sarbannes-Oxley), est insuffisamment développé en France.

Le droit d'accès des citoyens doit s'accompagner d'une protection de leur droit d'alerte, en tant que sources des journalistes qui, par ailleurs, répondent de leur travail dans le cadre des lois et de la jurisprudence existantes.

- *La proposition* : **Une loi fondamentale sur la liberté de l'information**

La France doit se doter d'une loi fondamentale sur la liberté de l'information, s'inspirant des diverses expériences étrangères pionnières, du *Freedom of Information Act* des Etats-Unis (1967) à ses nombreux équivalents européens, britannique notamment (2005).

En énonçant que tout ce qui est d'intérêt public doit être public et que le secret ne peut être que l'exception, cette loi fondamentale devrait mettre fin à la dispersion des voies d'accès, impulser l'accès libre par voie numérique et créer une haute autorité indépendante qui en soit l'opérateur et la garante.

Le projet de loi relatif à la protection du secret des sources des journalistes doit s'inspirer de l'excellente loi adoptée par la Belgique en 2005, et d'un renforcement du droit d'alerte éthique des citoyens.

8. RENOUVELER LA PROFESSION

▪ *Le constat* : **Trop de barrières à l'entrée**

Les propriétaires des grands journaux et médias ont, souvent en France, des activités économiques qui dépendent de commandes de l'Etat, ou opèrent dans des secteurs régulés par l'Etat. Ces propriétaires peuvent aussi être des acteurs économiques majeurs, très influents dans un secteur ou une région dans laquelle ils opèrent en situation de monopole.

Cette situation entretient la suspicion du public : celui-ci peut légitimement penser que ces organes de presse, très souvent déficitaires depuis de nombreuses années, malgré des aides importantes de l'Etat, sont considérés par leurs propriétaires plutôt comme des instruments d'influence.

En outre, dans un univers concurrentiel, la prédominance de ces groupes de presse, dont la rentabilité n'est pas la préoccupation première, crée des distorsions de concurrence avec des éditeurs indépendants, détenus par des actionnaires dont la presse est la principale ou la seule activité. Au fil des ans, ces grands groupes ont aussi dressé des barrières réglementaires, économiques et sociales, qui ont fortement limité l'émergence de nouveaux acteurs de presse.

▪ *La proposition* : **Faire émerger des start-ups de presse**

Dans un régime démocratique, l'Etat a le devoir de favoriser le pluralisme de la presse. Il le fait aujourd'hui à travers un certain nombre d'aides, notamment pour les journaux à faibles recettes publicitaires. Mais ces subventions n'ont, jusqu'à présent, guère permis de juguler les difficultés structurelles de ces titres. Avec le numérique, on a vu apparaître à Paris, mais aussi beaucoup en région, un foisonnement de nouvelles entreprises de presse, souvent créées avec enthousiasme par de jeunes journalistes innovants. Elles pourraient constituer le terreau de la presse de demain. Mais disposant de moyens financiers insuffisants, confrontées à un contexte économique difficile, elles ont aujourd'hui des chances limitées de survie. Pour favoriser leur développement, l'Etat pourrait donc créer un statut de « jeune entreprise de presse ». Sur le modèle des « jeunes entreprises innovantes » (JEI), ces nouveaux entrants bénéficieraient pendant cinq ans d'exonérations sociales et fiscales, mais aussi d'un accueil prioritaire dans les pépinières d'entreprises ou d'une aide spécifique à la gestion et au marketing.

9. REFONDER LES DROITS SOCIAUX

▪ *Le constat* : **Un régime social et fiscal désuet**

La convention collective de la presse est à juste titre très protectrice des droits des journalistes, dont le métier est le relais d'un droit fondamental des citoyens. Cette protection sociale, garante de l'indépendance des rédactions, est parfaitement légitime.

Cependant, dans le contexte de crise sans précédent d'une presse dont le modèle économique, industriel et commercial, n'a guère évolué depuis 1945, sa mise en œuvre est régulièrement détournée de son objectif initial pour préserver les acquis de professionnels bien installés, au détriment du recrutement et de la formation de jeunes journalistes, plus familiers des nouvelles technologies. Ces pesanteurs constituent non seulement un frein au renouvellement générationnel des rédactions, mais elles représentent également un obstacle à des évolutions structurelles indispensables. Elles ont aussi comme conséquence d'éloigner de nouvelles entreprises du secteur, celles-ci préférant opter pour une autre convention collective même si leurs employés font un travail journalistique.

Par ailleurs, au plan fiscal, la survivance d'une « niche » qui permet aux journalistes de déduire 7 650 € de leur revenu imposable est devenue difficilement justifiable et entretient auprès du public l'idée que les journalistes font partie d'une « caste » de privilégiés.

▪ *La proposition* : **Moderniser le statut social et fiscal des journalistes**

La refondation du droit social spécifique de la presse doit permettre de prendre en compte les effets de la révolution numérique en cours sur les métiers, l'organisation du travail, les spécialisations et les carrières.

L'objectif est de construire un système de relations sociales plus équitable, plus efficace et plus dynamique.

Il est de la responsabilité des partenaires sociaux de participer à cet effort de modernisation en révisant les conventions collectives de manière à les adapter aux évolutions de la presse numérique. Le Spiil propose donc qu'éditeurs et salariés de la presse en ligne ouvrent une large concertation pour définir, dans le cadre d'un écosystème de l'information revitalisé et redynamisé, les principes directeurs d'un nouveau droit social.

Par ailleurs, l'abattement fiscal réservé aux journalistes doit être supprimé progressivement sur trois ans, tandis que les conditions d'une compensation salariale seront discutées entre partenaires sociaux.

10. ETABLIR LA CONFIANCE

▪ *Le constat* : **Un public de plus en plus actif**

Avec l'avènement du numérique, les relations de la presse avec ses lecteurs ont été bouleversées. Le public est désormais un acteur direct de l'information : les lecteurs contribuent, réagissent, commentent, contestent, se documentent et se renseignent, produisent leurs expertises et diffusent leurs opinions. Ils ne sont plus passifs, mais participatifs. Ce qui crée une vraie dynamique, mais peut générer aussi des excès.

Pour que la presse conserve une crédibilité basée sur son professionnalisme et son expertise, il est nécessaire qu'elle organise cette relation nouvelle avec ses lecteurs sur des bases clairement établies.

▪ *La proposition* : **Créer un « pacte de confiance » avec les lecteurs**

Ce changement de paradigme suppose un nouveau « pacte de confiance » entre les éditeurs, les journalistes et leurs lecteurs. Ce contrat peut s'appuyer sur les principes suivants :

- **Community manager** : L'animation de communauté, sur le site ou les réseaux sociaux, est une fonction journalistique et dépend de la rédaction.
- **Charte des commentaires** : chaque site de presse publie une charte de ce qui est possible ou pas dans les commentaires.
- **Page d'aide aux blogueurs** : chaque site proposant une plateforme de blogs publie une page récapitulant les éléments clés du droit de la presse (règle sur la diffamation, la vie privée, les droits d'auteur, le droit de citation, le droit à l'image, etc.), avec des liens vers les textes juridiques.
- **Vie privée** : Les internautes ont droit au respect de la vie privée. Dans ses conditions générales d'utilisation (CGU), l'éditeur renvoie ses lecteurs vers une page exposant les mécanismes des cookies et des boutons de partage de Facebook et autres réseaux sociaux.
- **Droit à l'oubli** : Les sites d'information sont attentifs aux demandes d'auteurs de commentaires faites au nom du « droit à l'oubli ».
- **Transparence** : Les entreprises de presse publient chaque année leurs comptes, ainsi que le montant et la nature des éventuelles subventions reçues. Les noms des principaux actionnaires sont publiés dans les mentions légales.
- **Indépendance et publicité** : Les fonctions éditoriales et commerciales sont clairement séparées, les publi-rédactionnels clairement identifiables par le lecteur.

94.citoyens
Actu-Environnement
Actukids
API
Aqui
Arrêt sur images
Atlantico
Autoactu
Auxerre TV
Basta Mag
Cafebabel
Carré d'info
Causeur
Commodesk
Daily nord
DéplacementsPro
Dijonscope
Dix-huit info
E-Bleumarine
Econostrum
Enviscope
Euractiv.fr
Fréquence Sud
Greenunivers
HCL Inventaires
La télé libre
La Tribune de l'art
Hospimedia
Indigo Publications
Instinvest
La Bourse et la Vie TV

La télé libre
La Tribune de l'art
Le courrier des Balkans
Le jmed
Le petit journal
Les nouvelles news
MarsActu
Martial Spirit
Mediapart
Minicircul
Miroir social
Moto net
News assurances
Nonfiction
Page des Libraires
Polkalive
Rue89
Rue89 Strasbourg
Satellifax
Senior Planet
Six Four
Slate
Streetpress
Terra eco
Touléco
Tourmag
ToutEduc
VO NEWS
Yagg
Youphil



SYNDICAT DE LA PRESSE
INDÉPENDANTE D'INFORMATION EN LIGNE
8, passage Brulon - 75012 - Paris
www.spiil.org - contact@spiil.org