

francetélévisions

DIRECTION DE L'INFORMATION

A Paris, le 22 mars 2017

La Direction de l'Information et la Direction de la Rédaction tiennent à rappeler de la manière la plus ferme les conditions d'expression de l'ensemble des personnels de la Rédaction, des Magazines et de Franceinfo: sur les blogs personnels et les réseaux sociaux.

Les propos qui y sont tenus ne relèvent pas de la sphère privée et engageant, au-delà de leurs auteurs, l'image même de France Télévisions.

Par ailleurs un blog privé ou un compte privé sur des réseaux sociaux ne doit mentionner en aucune façon France Télévisions (logo, photo du siège), carte professionnelle du journaliste (titre, fonction, statut). Le collaborateur s'exprime en qualité de citoyen sans aucune référence à son appartenance à FTV, en veillant « à ne pas compromettre sa crédibilité ni celle de l'entreprise » comme le rappelle la Charte des Antennes de FTV.

Et l'Accord Collectif de mai 2013 précise sans ambiguïté que le journaliste « doit garder le souci constant de l'image de sa société ».

Vous trouverez en pièce jointe le « Guide des bonnes pratiques des collaborateurs de FTV sur les réseaux sociaux » et nous vous renvoyons également au Titre 1 – Principes Professionnels, de l'Accord Collectif de FTV (p.170-171) ainsi qu'à la Charte des Antennes de FTV (art 6.1.3).

Dans cette période d'élections présidentielles et législatives il ne sera toléré aucun dérapage, aucun manquement aux principes édictés par cette note, sous peine de sanction immédiate.

Le Service Public est particulièrement scruté et attendu sur le respect de la neutralité, de l'éthique et de la déontologie.



Michel FELD
Directeur exécutif en charge de l'Information

et



Alexandre KARA
Directeur de la Rédaction