

CHARTRE DE DÉONTOLOGIE ACTU-ENVIRONNEMENT

Table des matières

A. Préambule	2
B. Charte déontologique	3
1. Politique éditoriale	3
2. Frais des journalistes	3
3. Transparence économique	3
4. Contenu publicitaire	4
C. Traitement de vos données	5
1. Cookies, traceurs	5
2. Distribution sécurisée	5
3. Gestion des lettres d'information	5
4. Facilité de désabonnement	5
D. Pratiques publicitaires	5
1. Multiplicité des formats	5
2. Formats intrusifs	5
3. Publicité programmatique / native advertising	5
4. Bloqueurs de publicité	5

A. Préambule

Actu-Environnement est édité par COGITERRA, société de presse reconnue comme telle par la CPPAP sous le N° 1221 Z 90078. Sa vocation première est, à travers le travail de ses journalistes, de délivrer une information de qualité, équilibrée, vérifiée et digne de confiance à ses lecteurs.

Nous sommes membre actif du Syndicat de la Presse Indépendante d'Information en ligne (Spiil). À ce titre, nous avons accepté de nous conformer à une série de règles qui visent à mettre en place toutes les conditions permettant de garantir l'indépendance de notre rédaction.

La présente charte a pour objectif de préciser les engagements, devoirs et principes qui guident les actions de la rédaction et de la direction afin de mettre en place toutes les conditions leur permettant de garantir l'indépendance de la rédaction et de s'assurer la confiance des lecteurs.

Elle est basée sur la Charte déontologique et le Guide des bonnes pratiques des membres du Spiil qui sont librement accessibles [à cette adresse](#). Elle vient compléter la Charte de Munich sur les droits et devoirs des journalistes.

B. Charte déontologique

1. Politique éditoriale

Actu-Environnement s'engage à éditer un service de presse en ligne à titre professionnel, à savoir employer ou avoir l'intention d'employer de manière permanente au moins un journaliste professionnel. Il applique les différentes conventions collectives des sociétés de presse et s'engage à proposer aux membres de sa rédaction un paiement en salaire.

Il a comme objet social la production d'informations et leur diffusion auprès du public d'un contenu original, généraliste ou spécialisé, composé d'informations présentant un lien avec l'actualité, et ayant fait l'objet d'un traitement à caractère journalistique dans la recherche, la vérification et la mise en forme de ces informations conformément au décret n° 2009-1340 du 29 octobre 2009 pris pour application de l'article 1er de la loi n° 86-897 du 1er août 1986 portant réforme du régime juridique de la presse.

Il offre un contenu faisant l'objet d'un renouvellement régulier et non pas seulement de mises à jour ponctuelles et partielles. Tout renouvellement est daté. Il met en œuvre tous les moyens nécessaires permettant d'assurer l'indépendance éditoriale de la rédaction dans le respect de la Charte de Munich des droits et des devoirs des journalistes.

2. Frais des journalistes

Sauf circonstances particulières, Actu-Environnement prend en charge l'ensemble des frais liés à l'activité professionnelle des journalistes qu'il emploie : déplacements, hébergement, restauration, etc.

Il s'assure que ces derniers n'acceptent pas de cadeaux ou d'avantages divers, directement ou indirectement, dans le cadre de leur activité ou, plus généralement, dans des circonstances susceptibles d'avoir clairement une incidence sur leur travail.

Ces circonstances particulières sont définies par la personne en charge de l'équipe rédactionnelle, et chaque membre du personnel doit, en la matière, se référer à cette personne.

Les obligations éditoriales de Actu-Environnement ne s'opposent pas à l'acceptation des billets gratuits, ni à la prise en charge éventuelle du voyage et de l'hébergement, pour les journalistes amenés à couvrir des événements, des conférences ou des représentations artistiques. Si tel est le cas, l'éditeur s'engage néanmoins moralement à ne pas réserver de traitement de faveur aux organisateurs.

3. Transparence économique

Actu-Environnement informe ses lecteurs du montant des subventions publiques ou privées qu'il reçoit, notamment dans le cadre du fonds SPEL ou de son successeur, et des projets auxquelles elles sont destinées.

Les mentions légales sont clairement affichées et disponibles sur l'ensemble des sites édités par Cogiterra et dans l'ours de ses éditions papier. Elles comprennent notamment le nom du directeur de publication, le statut juridique de la société et les noms des principaux actionnaires, qui détiennent plus de 10 % du capital.

Cogiterra publie chaque année ses comptes simplifiés, et les porte également à la connaissance de ses lecteurs en détaillant les grandes lignes de son modèle économique. Toutes ces informations sont consultables notamment sur le site [Infogreffe](#).

Les activités commerciales et éditoriales sont séparées. Ainsi, les personnes en charge de la commercialisation des espaces publicitaires n'ont pas, dans le même temps, des responsabilités éditoriales ou un lien hiérarchique direct avec des membres de la rédaction, sous quelque forme que ce soit.

4. Contenu publicitaire

Cogiterra refuse toute insertion publicitaire qui serait contraire à son éthique ou à sa ligne éditoriale. Tout article financé ou qui répond à un cahier des charges proposé par un annonceur doit être clairement identifié comme tel, conformément à l'article 20 de la loi du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique et à l'article 10 de la loi n° 86-897 du 1 août 1986 portant réforme du régime juridique de la presse.

Il doit ainsi respecter les règles suivantes :

- L'article (ou tout autre type de contenu) est encadré et surtitré « Publicité » ou « Publi-reportage » de manière lisible. Il est réalisé sous une forme clairement différente de celle du journal (maquette, typo, colonage, sans logo du service de presse à l'intérieur du publi-rédactionnel).
- L'article (ou autre type de contenu) est rédigé par des personnels extérieurs à l'équipe rédactionnelle, voire par du personnel de la rédaction oeuvrant alors à titre personnel en dehors du temps de travail. Dans tous les cas, un article ne peut être signé par la rédaction ou l'un de ses membres.
- Dans le cadre de ces activités, ces personnes doivent clairement se présenter comme des personnels extérieurs à la rédaction de l'entreprise de presse.

C. Traitement de vos données

1. Cookies, traceurs

Actu-Environnement suit les recommandations de la CNIL en matière de récolte des données, de traceurs et de cookies. Conformément à la loi n°78-17 du 6 janvier 1978 modifiée (dite loi « Informatique et Liberté »), nous avons déclaré auprès de la CNIL, le traitement de vos Données personnelles. Le numéro de déclaration est le 845317.

Vous retrouverez [ici](#) nos engagements en matière de respect de la vie privée.

2. Distribution sécurisée

Actu-Environnement vous assure un traitement sécurisé de vos données. Ainsi, lors de votre connexion, votre identifiant et votre mot de passe sont transmis à travers une requête sécurisée (HTTPS). Il en est de même pour l'accès à l'ensemble de notre site et l'affichage de la publicité.

3. Gestion des lettres d'information

Actu-Environnement vous permet de gérer votre inscription à ses lettres d'information à travers une interface unique. Pour y accéder, rendez-vous [ici](#).

4. Facilité de désabonnement

La procédure de désabonnement à Actu-Environnement se trouve [là](#), elle se veut aussi simple que la procédure d'abonnement.

D. Pratiques publicitaires

1. Multiplicité des formats

Les espaces publicitaires n'occupent pas une majorité des pages d'Actu-Environnement lors d'une navigation sur les différents types d'écrans. Cogiterra limite en outre la multiplicité des formats afin de maintenir dans des conditions de lecture optimale des contenus d'information.

2. Formats intrusifs

Actu-Environnement n'utilise pas de formats publicitaires qui gênent la lecture de ses contenus et interrompent la navigation.

3. Publicité programmatique / native advertising

Actu-Environnement ne diffuse pas de formats publicitaires via des plateformes programmatiques dites de RTB. Aucun contenu publicitaire, dit de native advertising, n'est diffusé sur Actu-Environnement.

4. Bloqueurs de publicité

Le modèle économique d'Actu-Environnement repose en partie sur l'affichage d'opportunités commerciales. Tandis que nous nous efforçons de limiter l'exposition des lecteurs à de trop nombreux formats, Cogiterra attire l'attention des utilisateurs de bloqueurs de publicité sur les conséquences potentiellement graves pour l'indépendance économique et financière d'une utilisation laxiste et non différenciée des fonctionnalités offertes par ces outils.