

Il y a des cadeaux qui ne se refusent pas. Un adage qui s'applique aussi à la presse ? Pour maintenir une certaine éthique, quelques rédactions sont dotées de chartes. En pratique, c'est souvent le libre-arbitre de chaque journaliste qui l'emporte.



Un article signé, quelques brèves, et plus de 150 euros de cadeaux. En un mois de stage au service média d'un grand quotidien national, Magali ne s'imaginait pas ramener un tel butin. "J'ai reçu deux sacs dont un Lanvin, ainsi qu'un poste de radio à l'effigie d'une station", détaille la jeune étudiante en journalisme à Paris, qui courait les conférences de presse. Magali aurait-elle séché ses cours de droit de la presse ? Pas forcément. Dans la [Déclaration des devoirs et des droits des journalistes](#) de 1971 (Déclaration de Munich), il n'est pas clairement interdit de les accepter. Il s'agit juste de "ne jamais confondre le métier de journaliste avec celui du publicitaire". Et sur ce point, Magali pense avoir su faire la part des choses. "Ces cadeaux n'ont influé en rien sur mon jugement", assure-t-elle.

Cadeaux inappropriés

Les manuels de journalisme sont pourtant clairs : "Le but de ces cadeaux est d'aliéner l'indépendance d'esprit du journaliste, s'en faire un allié et un faire-valoir pour les produits ou les idées que proposent ces généreux donateurs", écrit Yves Agnès dans le *Manuel du journalisme* (Ed. L a Découverte). Mais tout produit adressé à un rédacteur menace-t-il forcément son esprit critique ? Certains

journaux de référence tentent de poser les règles du jeu. Dans la

[charte déontologique du quotidien](#)

d'information gratuit

20 Minutes

, le distinguo est fait entre "les envois promotionnels courants et les cadeaux dont le caractère disproportionné visera à s'attirer les faveurs du journaliste".

D'autres titres sont un peu moins précis. Au [Monde](#), il est recommandé aux journalistes de n'accepter aucun cadeau "d'une valeur supérieure à 70 euros, ou de nature à mettre en cause leur indépendance". Aux [Échos](#), ils "s'engagent à refuser tout cadeau qui apparaîtrait inapproprié ou excessif". En pratique, le libre arbitre des journalistes est donc souvent sollicité. Certains se fixent des principes. "Je paye toujours mes déjeuners et dîners et je n'accepte pas d'invitation", précise Jacky Durand, en charge d'une chronique culinaire à

Libération

et chef du service société.

"Pas d'intérêt éditorial"

Les gros cadeaux écartés, il n'empêche que les petits présents s'amoncellent rapidement sur le bureau des journalistes, dans l'espoir de gagner, ensuite, les colonnes du journal. Produits culturels, invitations variées, bouteilles de vin font partie des classiques... mais il y a parfois plus inattendu, comme cette corbeille de fruits exotiques envoyée par Weight Watchers il y a quelques jours au siège de *Presse Océan*, à Nantes. Les secrétaires de rédaction en ont profité. "Il n'y avait aucune demande rédactionnelle associée. Et puis impossible de la renvoyer", sourit Marc Dejean, le rédacteur en chef du quotidien de Loire Atlantique.

Les livres et CD envoyés gracieusement par les services de communication ne leur sont pas réexpédiés non plus. "Mais ils n'influencent pas nos chroniques car n'ont généralement pas

d'intérêt éditorial", selon le rédacteur en chef. Alors, ils sont donnés à des associations ou bibliothèques d'hôpitaux. A *Libération*, une grande tombola est organisée et les bénéfices reversés à des associations humanitaires. Au *Figaro*, ils sont disposés dans la grande bibliothèque du service culture. Sinon, ils s'amassent dans les armoires, ou sont utilisés pour caler le pied d'une table. "Ce sont souvent des livres qui n'intéressent personne", conclut Marc Dejean.

Revente sur Ebay

Si l'intérêt personnel n'y est pas, quelques journalistes ont parfois su y trouver un intérêt financier. Car détenir un des premiers exemplaires d'un ouvrage, souvent dédié par l'auteur en personne, peut rapporter gros. "On s'est aperçus que des journalistes revendaient les livres sur Ebay, avant même leur sortie officielle", révèle-t-on au service de presse des éditions JC Lattès. "Avant, on en retrouvait chez les bouquinistes notamment parisiens, avec notre tampon, un petit mot, parfois. On a déjà été confronté à ce problème, du coup on limite un peu les envois." Même son de cloche chez Albin Michel, où l'on regrette le "manque de professionnalisme de certains journalistes".

Cette éthique défailante, des institutions ont parfois du la condamner. Au Québec par exemple, le Conseil de presse, qui agit comme tribunal d'honneur de la presse québécoise mais n'impose aucune autre sanction que morale, a récemment [blâmé](#) un journaliste spécialisé dans les technologies. Le motif ? Il n'avait pas déclaré le fait qu'il recevait cadeaux et avantages de la part des marques citées dans ses papiers.

En France, la plus célèbre affaire concerne Patrick Poivre d'Arvor, condamné en appel en 1996 pour recel d'abus de biens sociaux, à quinze mois de prison avec sursis et 200 000 francs (30 000 euros) d'amende dans l'affaire Botton. Au centre des accusations : PPDA a profité de cadeaux faits par Pierre Botton qui entretenait un réseau d'influences autour de son beau-père Michel Noir, alors député-maire de Lyon. Le présentateur du 20 heures a été suspendu

d'antenne pendant près de trois mois.

Quand les pratiques sont raisonnables et transparentes, les tabous s'envolent. Car ces petites attentions peuvent aussi permettre d'entretenir de bonnes relations entre les sources et les journalistes. Et parfois à l'initiative de ces derniers. Des places de cinéma ou pour assister à des matches de football sont régulièrement adressées aux informateurs des journaux. "Police, gendarmerie, pompiers... Ce sont des gens que l'on sollicite souvent, parfois tard le soir", explique Marc Dejean de *Presse Océan*.

Chez les jeunes journalistes non plus, on ne voit pas le diable partout. "J'avais déjà décidé d'écrire ce papier sur la maison du vin, personne ne m'a forcé ! Alors quand j'ai reçu ces deux bouteilles de vin, je les ai acceptées avec plaisir", se souvient Stéphane, journaliste stagiaire à *Sud Ouest*

. Un donnant-donnant assumé, qui permet quelques instants de dédramatiser.