



Charte rédactionnelle

Palmes Magazine

Direction de la rédaction

Sommaire

I- PALMES MAGAZINE, NOS VALEURS 2

1. **Indépendance..... 2**

2. **InclusionErreur ! Signet non défini.**

3. **ProximitéErreur ! Signet non défini.**

I- PALMES MAGAZINE, NOS ENGAGEMENTS FONDAMENTAUX 3

1. **Informer 3**

2. **EcouterErreur ! Signet non défini.**

3. **ExpliquerErreur ! Signet non défini.**

II- ORGANISATION DU MAGAZINE ET DE SA REDACTION..... 4

III- ÊTRE JOURNALISTE A PALMES MAGAZINE 4

1. La typographie 5

2. La titraille 6

3. Le texte 6

4. La photo 7

IV- NOS OBLIGATIONS..... 7

1. Diffamation..... 7

2. Complicité 7

3. Publication de l’identité..... 7

4. Droit à l’image..... 8

5. Équité..... 8

6. Off the record..... 8

7. Sources 8

8. Droit de réponse..... 8

I- **Palmes Magazine, nos valeurs**

Dès sa naissance, Palmes Magazine se propose d'être l'organe de presse de référence de la région des Palmes. En ce sens, le journal se laisse guider par un ensemble de valeurs qu'il entend également promouvoir dans le cadre de sa mission d'informer ses lecteurs et ses lectrices.

1- Indépendance

Palmes Magazine détient une indépendance éditoriale qui crédibilise les contenus publiés sur le journal. Le choix de nos contenus est fait en fonction de notre ligne éditoriale et ne se soumet en aucun cas à une main extérieure. Par ailleurs, nos journalistes sont tenus de respecter ce principe fondamental du journalisme. En ce sens, chaque journaliste de Palmes Magazine, en informant le public, doit se soumettre à une rigueur et un devoir de vérité et d'impartialité. Seules les informations dûment vérifiées sont habilitées à être publiées sur le site de Palmes Magazine. Pour nous, l'important ce n'est pas qui publie une information en premier, mais plutôt qui permet, en publiant, au public de comprendre les faits du quotidien et de forger leur propre opinion.

2- Inclusion

L'inclusion est une autre valeur fondatrice de Palmes Magazine. Aucun contenu raciste, xénophobe, homophobe ou discriminatoire ne sera publié sur notre site. Au contraire, par ses publications, Palmes Magazine veut rassembler toutes les catégories sociales sans distinction. Nous voulons être le promoteur d'une société inclusive et sans aucune forme de discrimination à tous les niveaux.

3- Proximité

Palmes Magazine veut être le trait d'union entre les quatre communes de la région des Palmes. En ce sens, nos contenus doivent porter, de loin ou de près, un intérêt pour les habitants de ladite région. Nous devons être le vecteur d'un dialogue intercommunal dans la région capable de déboucher sur un développement conjoint des communes palmiennes.

I- **Palmes Magazine, nos engagements fondamentaux**

Pour atteindre ses objectifs, Palmes Magazine s'engage à respecter un ensemble de principes qui sont caractéristiques du travail que l'on effectue. Ces engagements émanent du devoir des médias d'orienter les citoyens vers l'adoption de comportements progressistes et du droit de ces derniers de trouver des informations fiables et utiles.

1- Informer

La mission essentielle de Palmes Magazine est d'informer ses lecteurs. Toutefois, nous ne sommes aucunement animés d'un quelconque désir de faire sensation. C'est pourquoi notre offre d'information est caractérisée par le journalisme de proximité et le journalisme de solutions. Un média d'information ne saurait faire fi de l'actualité. Nous n'entendons donc pas tourner le dos à l'actualité. Cependant, par les informations que nous publions, nous voulons permettre à nos lecteurs de découvrir des choses et les rendre plus cultivés.

2- Écouter

Pour être le véritable vecteur de changement de la région des Palmes, notre journal doit être à l'écoute de chaque catégorie dans la région, de chaque citoyen.ne. En tant que professionnels de la presse, nous n'avons forcément pas les mêmes soucis que nos lecteurs, nos intérêts ne convergent forcément pas. Ils ont des conseils, des commentaires, des critiques... et aimeraient que nous leur accordions un peu d'attention. Voilà pourquoi nous voulons les écouter. En tant que médiateur, Palmes Magazine veut ainsi organiser le débat public local. Écouter, c'est aussi la traduction de l'une de nos valeurs à savoir la proximité. Il n'y a pas de proximité possible si nous ne sommes pas à l'écoute de notre public.

3- Expliquer

À l'ère des réseaux sociaux, l'information circule vite. Mais elle meurt tout aussi vite. On a l'impression qu'une information ne dure plus que quelques heures. Et les internautes partagent et commentent sans comprendre grand-chose. Palmes Magazine croit que le devoir des médias en ce sens est d'aider les citoyens à comprendre le plus que possible les informations qui circulent. Tous nos contenus s'inscrivent

dans une démarche explicative permettant à nos lecteurs de comprendre le plus que possible ce qu'ils lisent ou regardent sur notre site.

4- Organisation du magazine et de sa rédaction

Palmes Magazine est dirigé par un.e **Directeur.trice général.e** en étroite collaboration avec les autres entités. Il.elle s'assure de la gestion du magazine et de la bonne marche de celui-ci en veillant à ce que les objectifs fixés soient atteints. Il.elle est en ce sens le.la premier.ère responsable de l'institution.

Un.e **Directeur.trice de la rédaction** est responsable des contenus du journal. Comme son nom l'indique, il.elle est le.la chef.fe de la rédaction. C'est lui.elle qui décide de ce qui doit être publié ou non dans le journal.

Un.e **Éditeur.trice en chef** qui est le.la principal.e responsable de l'édition des contenus, de leur diffusion et la gestion de la production. Il.elle travaille au quotidien avec les journalistes, le web-master et tous les contributeurs du journal, passe des commandes et participe dans la révision des différents contenus avant publication.

Nous avons un.e **Directeur.trice de marketing** qui assure la promotion du journal et cherche des commanditaires.

Des **Responsables de section** qui coordonne la production des contenus dans les différentes rubriques du journal.

Un.e **Graphiste en chef** est responsable du site web du magazine. C'est lui/elle qui fait les maquettes pour les publicités et la mise en page des textes. Il.elle se fait accompagner d'un.e monteur.se pour les travaux audiovisuels.

Des **Correcteurs** révisent les articles avant leur publication.

Enfin, nous avons les rédacteurs.trices. Ils.elles peuvent être des contributeurs.trices externes de la région.

5- Être journaliste à Palmes Magazine

Nos journalistes sont soumis.es aux principes universels de la presse. Ce qui exige de leur part la connaissance des principes fondamentaux du métier de journaliste. Nous avons fait la synthèse d'un ensemble de principes que nos journalistes doivent respecter.

1. La typographie

Au niveau de notre journal, nous accordons une importance capitale à la typographie. En voici quelques règles typographiques que nos rédacteurs.trices doivent respecter :

Les guillemets

Palmes Magazine recommande d'utiliser de préférence les guillemets français « ». Et surtout dans les cas suivant :

- la citation
- le discours rapporté et les dialogues
- le titre d'un article dans une bibliographie

L'usage des guillemets anglais " " doit être réservé au cas où il s'agit de guillemets ironiques¹.

Les citations

On met en italique, et entre guillemets, les citations, à condition qu'elles ne dépassent pas une quinzaine de lignes). Dans le cas de citations longues (témoignages, interviews...), le texte restera en romain. Dans le cas des interviews, les questions seront mises en gras pour bien les distinguer des réponses mais il faut donc veiller à ce qu'elles soient assez brèves.

Les majuscules

Beaucoup de gens font un usage abusif des majuscules. Ce qui pose un grave problème typographique. C'est pourquoi on rappelle ces quelques principes :

Il ne faut pas mettre de capitale initiale après un deux-points, à l'intérieur d'une phrase ; après un point-virgule, après un point d'interrogation, un point d'exclamation ou des points de suspension, lorsque ces signes ne terminent pas la phrase ; aux noms de jours et de mois ; aux divisions administratives et aux juridictions civiles et militaires ; aux titres et qualités des chefs d'États, des membres du gouvernement ; aux noms de personnes, de pays, de contrées, de provinces, de villes, donnés à des produits.

Cependant, on met une capitale initiale au premier mot uniquement quand il s'agit :

- des raisons sociales, des noms de sociétés, d'établissements, d'associations, publics ou privés ;
- des noms de marques et de modèles.

NB : Nous recommandons l'utilisation d'accents sur les majuscules au niveau de Palmes Magazine.

¹ Les *guillemets ironiques* désignent une utilisation particulière des guillemets pour indiquer que le terme ou l'expression mis en exergue n'a pas sa signification littérale ou habituelle. Le terme ou l'expression mis entre guillemets n'est pas nécessairement cité d'une autre source. Les guillemets ironiques sont souvent utilisés de façon péjorative ou pour prendre ses distances avec le terme ou l'expression mise en exergue. Réf. http://www.guidecasa.com/wp-content/uploads/2012/10/Regles_typo_CASA.pdf

Outre les règles typographiques susmentionnées, nous nous soumettons à de nombreux autres principes qu'on peut consulter en suivant ce lien https://smb-dep.web.cern.ch/sites/smb-dep.web.cern.ch/files/documents/for_smb_members/Guide_de_typographie_%202016.pdf.

2. La titraille

Le titre

Le titre représente la porte par où passe le.la lecteur.trice pour entrer dans l'article. Il situe l'évènement et reprend l'information principale. Un bon titre doit être court et précis. Il peut être **informatif** (résume de façon objective le contenu de l'article) ou incitatif/accrocheur (attise la curiosité du lecteur).

Les intertitres

Un intertitre est un titre intermédiaire disposé dans le texte. Il sert à relancer l'intérêt du lecteur ou de la lectrice en lisant le texte. Pour garantir le plus que possible la lisibilité de nos articles, nous recommandons à nos journalistes d'insérer toujours des intertitres dans leurs articles. Après avoir lu au plus 300 mots dans un texte, nous croyons qu'il faut relancer l'intérêt du lecteur ou de la lectrice en insérant un intertitre. Sauf si le texte ne contient que 400 mots.

Le Chapeau

Le chapeau concentre en quelques lignes l'essentiel de l'information. Il ne doit pas dépasser trois phrases. C'est un complément du titre, en ce sens, il ne doit y avoir de redondance entre le titre et le chapeau que ce soit dans le choix des mots ou dans le contenu.

3. Le texte

Quel que soit le genre choisi, le texte doit répondre aux engagements fondamentaux du magazine (voir ci-dessus). Il doit être écrit selon un angle clairement défini. En règle générale, le texte :

- Commence par une attaque : introduction d'une ou deux phrases (cinq lignes maximum) destinée à retenir l'attention du lecteur ou de la lectrice. Elle doit répondre aux questions essentielles (les 5 W).
- Suit le principe de la pyramide inversée : commencer avec les informations les plus importantes pour finir aux moindres.
- Contient des intertitres (Voir ci-dessus)
- Termine par une chute : conclusion courte qui termine l'article en l'élargissant ou en ouvrant sur un autre sujet.

Autres principes

Phrases : en moyenne, les phrases doivent avoir 12 mots. Plus une phrase est courte, plus le lecteur capte l'information qu'elle détient. Cependant, il ne faut pas s'en abuser. Car une phrase longue mais grammaticalement correcte peut être tout aussi lisible qu'une phrase courte. On peut donc les alterner.

Paragraphes : il faut penser à un nouveau paragraphe toutes les 12 à 18 lignes.

Mots : utiliser des mots qui ne dépassent pas quatre syllabes.

En outre, un bon mot est court, connu, juste, concret. Il doit permettre au lecteur de se créer des représentations mentales.

Il faut éviter d'utiliser les mots-valises.

Il faut bannir les mots lourds.

NB : Il faut utiliser un seul angle et un seul genre dans un texte.

4. La photo

Plus qu'une simple illustration, la photo, dans un texte journalistique, complète l'article. Comme le texte, elle informe le.la lecteur.trice. C'est pourquoi la photo doit être nécessairement légendée.

6-Nos obligations

Palmes Magazine exige la rigueur dans l'exercice du métier de journaliste. En ce sens, nos journalistes doivent mener des enquêtes sérieuses pour vérifier les informations. Cela suppose entre autres le recoupement des sources.

1. Diffamation

La diffamation est « l'allégation ou l'imputation d'un fait qui porte atteinte à l'honneur ou à la considération de la personne ou du corps auquel le fait est imputé ». Il est interdit à nos journalistes de diffamer ou d'injurier dans leurs travaux, ni de retransmettre des propos diffamatoires émis à l'endroit d'une personne physique ou morale.

Très souvent, les journalistes utilisent des guillemets ou le conditionnel pour prendre leur distance par rapport à des propos éventuellement diffamatoires. En réalité ces procédés ne protègent pas contre la diffamation. Pour cela, nos journalistes doivent vérifier minutieusement qu'il ne s'agit pas de diffamation avant de rapporter les propos de quelqu'un dans un article.

2. Complicité

Il est interdit à nos collaborateurs.trices d'utiliser leur qualité de journaliste pour obtenir un profit personnel, financier ou autre. Nos journalistes ne doivent développer aucune forme de connivence avec des personnalités ou des institutions qui puisse les empêcher d'exercer librement leur métier. Cela dit, nul n'a le droit de recevoir des pots-de-vin dans l'exercice de son métier.

3. Publication de l'identité

En règle générale, le journaliste doit publier l'identité des personnes participant aux faits qu'il rapporte. Mais, dans certains cas, il est interdit de faire la citation des noms. Si la publication de l'identité peut entraîner de l'humiliation, des polémiques ou la mise en cause du magazine, le journaliste se gardera de ne pas publier l'identité de la personne. Celui-ci peut utiliser l'anonymat ou donner un nom d'emprunt à la personne citée dans l'article.

Exemples de cas où l'on ne doit jamais publier l'identité :

- L'on ne permet pas la publication de l'identité, soit par l'écrit soit par l'image, d'un.e mineur.e délinquant.e ;

- L'on ne permet pas la publication de l'identité d'une personne (mineure ou majeure) victime d'une agression ou d'une atteinte sexuelle. Exception faite lorsque la personne victime a accepté elle-même de révéler son identité ;
- L'on ne donne pas le nom de l'auteur.e d'une atteinte sexuelle si la publication de son identité permettra d'identifier la victime

4. Droit à l'image

Toute personne a le droit d'interdire la diffusion de son image sans son autorisation. Ainsi, l'on ne doit pas présenter une image dégradante d'une personne. De plus, l'image de la personne doit être actuelle. Au cas où, une personne estime que le magazine a publié une image dégradante de sa personne, elle a le pouvoir d'exiger qu'on la remplace.

5. Équité

Toute personne, quelle que soit son appartenance politique ou religieuse et quelle que soit son origine, mise en cause dans un article doit être contactée avant publication.

6. Off the record

Toute personne contactée pour un entretien peut décider que la conversation soit « off » ou « on ». En ce sens, le journaliste n'a pas le droit de rendre public le contenu d'une conversation « off the record ».

7. Sources

Nos journalistes doivent identifier leurs sources d'information. Cela permet au lecteur ou à la lectrice de pouvoir juger lui-même ou elle-même si celui ou celle qui parle à la qualité et la compétence adéquates.

8. Droit de réponse

Le journal accorde droit de réponse à toute personne citée dans un article moyennant que celle-ci fasse la demande en conformité avec les normes. Toute personne qui veut exercer son droit de réponse dispose d'un délai de trois mois pour le faire. Le sollicité doit adresser sa demande par écrit à la direction de la rédaction qui doit faire l'insertion dans les trois jours qui suivent la demande. Il convient de préciser néanmoins qu'une demande de droit de réponse n'est pas automatiquement approuvée par la rédaction. Celle-ci se réserve le droit de refuser une demande de droit de réponse si, notamment, celle-ci peut porter atteintes à certaines valeurs, si elle porte atteintes à l'honneur du journaliste.

La rédaction n'a le droit de faire aucun ajout ou commentaire à la réponse une fois que celle-ci est approuvée.