

CDJM

CONSEIL DE DÉONTOLOGIE JOURNALISTIQUE ET DE MÉDIATION

Assemblée générale ordinaire du 15 mars 2022

Rapport financier

Deux ans après sa création, il apparaît que le Conseil de déontologie journalistique et de médiation remplit qualitativement sa mission et s'installe progressivement dans le paysage médiatique. Le CDJM est parvenu à gérer un nombre conséquent de saisines, à les analyser et à publier des avis. C'est un outil à disposition des citoyens dont le rôle se renforce progressivement.

En revanche, son équilibre budgétaire reste précaire notamment en raison d'un contexte qui ne lui a pas permis de récupérer le retard accumulé au cours de l'année 2020 et de projections initiales parfois trop ambitieuses.

Pour rappel, le CDJM a développé son activité en 2020 grâce à l'unique mobilisation de ses bénévoles.

Une subvention du Ministère de la culture, versée en décembre 2020, a permis de recruter un, puis deux permanents à mi-temps et de dérouler le plan d'action prévu.

La subvention de la Dgmic nous a permis de structurer notre activité au cours de l'année 2021 mais, élaborée à partir d'un budget créé au cours du 2^e semestre 2019, intégrée dans une convention pluriannuelle prenant effet début 2020 et concrétisée par des premiers versements en décembre 2020, nous enregistrons un décalage structurel d'un an que nous n'avons pas été en mesure de combler.

Le CDJM, pour gérer cette période, a concentré ses efforts sur le recrutement des adhérents, répondu à des appels d'offres, intégré un CRM, développé plusieurs outils de communication et participé à plusieurs événements professionnels et grand public en lien avec l'information et le rôle du journalisme.

Ces actions ont été réalisées dans une logique de réduction des dépenses, qui a pu être effectuée au prix d'un surinvestissement des membres du Bureau, dans un contexte de sous-effectif de permanents.

1/ Constats

En termes financiers, deux constats s'imposent pour l'année 2021

- Le CDJM a acquis une notoriété et une crédibilité qui lui permettent de répondre à des appels d'offres européens et de diversifier son financement.

En 2021, le CDJM a remporté deux appels à projets européens.

15 000 euros pour renforcer le développement du Conseil de déontologie français

Le CDJM a répondu au printemps à un appel d'offres portant sur «l'organisation de nouveaux organismes d'autorégulation» en vue «de la promotion et l'amélioration du journalisme éthique» et d'une instance que «les citoyens et les organisations peuvent saisir s'ils estiment qu'il y a une violation de l'éthique journalistique».

Le CDJM a gagné cet appel à projet et est depuis juillet lauréat d'une bourse de 15 000 € attribuée sur fonds européens dans le cadre du projet « Les conseils de média à l'ère numérique ». 7 500 euros ont été versés et 7 500 euros seront versés en 2022.

Ce projet est géré par un consortium, mis en œuvre par la Fédération européenne des journalistes sur financement de la Direction générale des réseaux de communication, du contenu et de la technologie de la Commission.

Cette subvention a permis au CDJM d'améliorer son fonctionnement autour de 4 volets :

- Atelier aux Assises du journalisme de Tours
- Déploiement de la newsletter
- Augmentation des recrutements d'adhérents
- Mise en place du logiciel de management de la relation clients

30 000 euros pour un projet européen Media Councils in the Digital Age.

La réalisation et le financement de cet appel à projets se feront en 2022.

Le CDJM sera prestataire de service pour le CDJ Belge francophone .

L'ambition est de créer un outil de curation de contenus sur la déontologie journalistique en anglais.

- En revanche, l'autonomie financière visée par le CDJM n'est pas encore atteinte.

Plusieurs raisons y contribuent :

- De nombreux rendez-vous professionnels, propices aux rencontres et au développement de la notoriété du Conseil ont été annulés en raison de la pandémie.
- Les démarches pour recruter de nouveaux adhérents se sont déroulées quasi exclusivement en distanciel avec une moindre efficacité.
- Par voie de conséquence, les adhésions sont moins nombreuses que prévu et les médias de poids sont encore en réflexion pour adhérer au Conseil.

- Certains médias audiovisuels attendaient la transformation du CSA, devenu ARCOM, et la clarification des instances existantes en matière de déontologie pour envisager une adhésion.

Le développement de ressources propres est encore trop faible et le CDJM doit impérativement en 2022 renforcer son autonomie financière pour pérenniser son action et son indépendance.

2/ Comptes de résultat

Le compte de résultat fait apparaître la nécessité pour le CDJM de diversifier ses ressources et de renforcer le poids des recettes des adhésions.

La subvention versée par le Ministère de la culture est soumise à des règles précisées dans la convention pluriannuelle.

Le montant prévu pour la deuxième année (90 000 euros) a été diminué de 15 900 euros correspondant à une somme recalculée de la subvention de l'année 2020.

Des charges ont été annulées (notamment les locaux), ou internalisées (site web et dispositif de gestion des saisines et outils de communication).

Par voie de conséquence, la part des charges de personnel est prépondérante dans les comptes.

Compte de résultat	31/12/2021	31/12/2020
Produits d'exploitation		
Cotisations	5 570	4 462
Ventes de biens et services		
Concours publics et subventions d'exploitation	74 100	45 000
Appel à projets européen	7 500	
Ressources liées à la générosité du public		5 290
Legs, donations		30 077
Autres produits	3	
TOTAL I	87 173	84 828
Charges d'exploitation		
Autres achats et charges externes	15 378	6 256
Aides financières		
Impôts, taxes et versements assimilés	642	
Salaires et traitements	54 939	
Charges sociales	21 022	
Autres charges	1 484	
TOTAL II	93 465	6 256
RÉSULTAT D'EXPLOITATION (I - II)	-6 292	78 572

3/ Priorités

Deux priorités ont été dessinées par le Conseil d'administration en 2021. Elles seront renforcées en 2022.

Le recrutement des adhérents

Plusieurs actions sont programmées :

- La multiplication des événements, débats, rencontres.
- Le renforcement des actions d'approche directe et de campagnes de recrutement.
- La mise en place d'une nouvelle grille tarifaire

Médias audiovisuels. Presse imprimée ou numérique Services de presse en ligne. Agence de presse	CA < à 250 K€	100 €
	CA 250 à 1 million €	300 €
	CA 1 M à 5 M	600 €
	CA 5 M à 20 M	1 500 €
	CA 20 M à 100 M	2 500 €
	CA 100 M à 500 M	3 500 €
	CA 500 M à 1 milliard CA > à 1 milliard	4 500 € 6 000 €

- La clarification du rôle de l'ARCOM et du CDJM sur les questions de déontologie.

La diversification des ressources

La professionnalisation de l'association et l'expérience acquise permettent de développer les réponses à des appels à projets, d'élargir les perspectives de financement de soutien par des fondations ou mécènes et de structurer des campagnes de financement participatif auprès du public.

Toutes ces pistes ont été explorées en 2021 et seront développées en 2022.

Les premiers résultats sont déjà perceptibles pour les premiers mois 2022.

Pour le CDJM

Trésorière : Christine Menzaghi

Rédaction

Délégué général : Bernard Angaud