

CDMSI(2025)14

« traduction non officielle »

Évaluation à mi-parcours de la campagne du Conseil de l'Europe pour la sécurité des journalistes

Adopté par le Comité directeur du Conseil de l'Europe sur les médias et la société de l'information
(CDMSI)

Peter Noorlander - peter.noorlander@globalrightshub.com

Table des matières

Évaluation à mi-parcours de la campagne du Conseil de l'Europe pour la sécurité des journalistes	1
1. Introduction	3
2. La campagne « Les journalistes comptent » : vue d'ensemble	4
2.1 Objectifs.....	4
2.2 Principaux acteurs/parties prenantes	5
2.3 Activités et ressources de la campagne	8
3 Évaluation des performances de la campagne	11
3.1 Pertinence.....	11
3.2 Valeur ajoutée	12
3.3 Efficacité	13
3.4 Efficience	15
3.5 Impact.....	16
3.6 Durabilité	17
4 Réflexions.....	17
5 Options et recommandations pour l'avenir.....	19
Consolider les structures existantes	19
Mettre en place un réseau permanent.....	20
Mieux définir les priorités thématiques ?.....	20
Renforcer la coordination et la communication	21
Associer les parties prenantes sous-représentées	21
Des parties prenantes sous-utilisées ?.....	21
Options pour le Conseil de l'Europe	21
6 Conclusions	23
Enseignements tirés.....	23
Vision pour 2027 et au-delà	23
Annexe A : Personnes interrogées et répondants à l'enquête (anonymes)	26
Annexe B : Méthodologie	27
Annexe C : Enquête auprès des parties prenantes	29

1. Introduction

« Les journalistes comptent », la campagne du Conseil de l'Europe pour la sécurité des journalistes (la campagne), constitue l'initiative phare de l'Organisation en matière de protection des professionnels des médias dans ses 46 États membres. Lancée en octobre 2023, elle a été conçue dans un contexte où des éléments de preuves de plus en plus nombreux indiquent une dégradation des conditions d'exercice du journalisme en Europe, illustrée par des agressions physiques, des actes de harcèlement, des poursuites-baillons (SLAPP) et des intimidations en ligne.

La campagne vise à mobiliser les gouvernements, les parlements, les services répressifs, la société civile et les acteurs des médias autour d'un objectif commun : garantir que les journalistes puissent exercer leur profession librement et en toute sécurité. Elle s'appuie sur plusieurs instruments, notamment la désignation de points focaux nationaux, la création de comités et de plans d'action au sein des États membres, ainsi que l'organisation de conférences de haut niveau, d'ateliers d'apprentissage entre pairs et d'activités de sensibilisation aux niveaux national et européen.

La présente évaluation à mi-parcours a pour objet d'examiner l'état d'avancement de la campagne, son évolution et son fonctionnement actuel, ainsi que d'identifier ses principaux atouts et faiblesses.

Elle se concentre sur les domaines ci-après et s'intéresse aussi bien à l'impact externe qu'au fonctionnement interne de la campagne :

- Pertinence : les objectifs de la campagne sont-ils conformes aux besoins des journalistes et aux menaces qui pèsent sur leur sécurité ?
- Valeur ajoutée : quelle est la contribution spécifique de la campagne ?
- Efficacité : dans quelle mesure les résultats prévus ont-ils été obtenus ?
- Efficience : les ressources ont-elles été utilisées de manière économique et en temps voulu ?
- Impact : quels sont les changements observables à court ou moyen terme ?
- Durabilité : les progrès observés peuvent-ils s'inscrire dans la durée après la fin de la campagne ?

À partir des constats et conclusions formulés pour chacun de ces axes, l'évaluation met en évidence des pistes de développement et d'évolution, les principaux défis stratégiques à relever, ainsi que des orientations sur la manière dont le Conseil de l'Europe pourrait maintenir ou adapter son action en matière de sécurité des journalistes au-delà du cycle de la campagne.

La méthodologie repose sur une analyse documentaire, une enquête auprès des parties prenantes et des entretiens semi-directifs avec un large éventail d'acteurs : représentants des États, professionnels des médias, organisations de la société civile (notamment les partenaires de la Plateforme du Conseil de l'Europe pour renforcer la protection du journalisme et la sécurité des journalistes (la Plateforme)), personnel du Conseil de l'Europe, points focaux nationaux et membres du Groupe d'amis du Conseil de l'Europe sur la sécurité des journalistes et la liberté des médias (le Groupe d'amis). L'anonymat des personnes interrogées a été garanti afin de favoriser la libre expression des points de vue et la liste anonymisée des interlocuteurs figure à l'annexe A. La méthodologie est présentée à l'annexe B et le texte de l'enquête auprès des parties prenantes est reproduit à l'annexe C.

L'évaluation commence par une vue d'ensemble de la campagne, de ses objectifs, de ses principaux acteurs et parties prenantes, ainsi que des activités menées depuis son lancement en octobre 2023 jusqu'à aujourd'hui.

2. La campagne « Les journalistes comptent » : vue d'ensemble

Depuis son lancement officiel en 2023¹, la campagne « Les journalistes comptent » s'est articulée autour d'activités déployées à plusieurs niveaux afin de promouvoir la liberté de la presse et de renforcer la protection des journalistes dans l'ensemble des États membres du Conseil de l'Europe. Une vue d'ensemble décrivant ses principales interventions et ses composantes structurelles est présentée ci-après.

2.1 Objectifs

La campagne « Les journalistes comptent », lancée en octobre 2023, s'appuie sur le cadre normatif établi de longue date par le Conseil de l'Europe en matière de sécurité des journalistes, en particulier la Recommandation CM/Rec(2016)4 sur la protection du journalisme et la sécurité des journalistes et autres acteurs des médias². Cette recommandation, structurée autour des quatre piliers que sont la prévention, la protection, les poursuites judiciaires ainsi que la promotion de l'information, de l'éducation et de la sensibilisation, a servi de base conceptuelle à la feuille de route de la campagne et à ses priorités thématiques annuelles. La dynamique politique en faveur du lancement de la campagne a été renforcée lors de la conférence ministérielle de 2021 sur les médias et la société de l'information qui s'est tenue à Nicosie, où les ministres se sont engagés à prendre des mesures stratégiques et efficaces pour mettre en œuvre la recommandation de 2016 et ont invité le Conseil de l'Europe à mener une campagne paneuropéenne sur la sécurité des journalistes³.

Les principaux objectifs de la campagne sont les suivants :

- 1) promouvoir le développement de campagnes correspondantes au niveau national ;
- 2) encourager les États à prendre des mesures en vue de l'adoption de plans d'action pour la sécurité des journalistes ;
- 3) faciliter la création de comités de campagne qui réunissent des institutions, la société civile et des acteurs des médias et qui sont conçus pour que ces plateformes de dialogue et mécanismes de coordination continuent de fonctionner même après la fin de la campagne ;
- 4) contribuer à l'élaboration de cadres juridiques et institutionnels appropriés au niveau national ; et
- 5) faire évoluer la situation de manière effective et significative dans la pratique.

¹ Voir <https://www.mfa.gov.lv/en/conference-pen-mightier-sword-meeting-todays-challenges-freedom-expression-and-safety-journalists>

² Adoptée par le Comité des Ministres le 13 avril 2016.

³ Conférence des ministres responsables de l'information et de la société des médias, [Résolution sur la sécurité des journalistes, 11 juin 2021](#). Voir également le [Mandat du Comité directeur sur les médias et la société de l'information \(CDMSI\)](#), qui mentionne la coordination de la campagne parmi les principales tâches du CDMSI (point vii).

Les trois premiers objectifs portent sur la mise en place d'infrastructures (comités, points focaux, actions de sensibilisation) et le quatrième a trait à l'assistance apportée aux États. Le cinquième, quant à lui, vise à produire des changements concrets sur le terrain en matière de sécurité des journalistes.

Pour réaliser ces objectifs, la campagne s'est appuyée sur une stratégie politique et pratique : politique, en encourageant les États à adopter des mesures publiques et à mettre en place les infrastructures nécessaires ; pratique, en organisant des activités destinées à renforcer les capacités et à favoriser le dialogue entre les acteurs directement impliqués dans la protection des journalistes, en particulier les services répressifs, les procureurs, les associations de journalistes, les médias et les organisations de la société civile.

Les activités menées jusqu'à présent illustrent pleinement cette approche. Les conférences thématiques de haut niveau ont conféré à la campagne une visibilité et une dynamique politiques qui ont contribué à faire de la protection des journalistes un enjeu plus européen que strictement national. Les réunions des points focaux ont créé des espaces d'apprentissage entre pairs qui ont permis aux États de comparer leurs avancées, d'échanger des pratiques éprouvées et de s'engager à poursuivre leurs efforts. Des ateliers pratiques et des sessions de formation, dont certains organisés dans le cadre de programmes et projets d'assistance et de coopération peuvent être considérés comme associés à la campagne (voire inspirés par elle)⁴, ont abordé des défis spécifiques, tels que la gestion des manifestations par les services répressifs ou la réponse aux poursuites abusives visant des journalistes (SLAPP).

A mi-parcours de la campagne, ces activités ont favorisé la création d'une architecture indispensable à une action pérenne. En effet, des comités et des points focaux existent désormais dans presque tous les États membres⁵, des réseaux de praticiens et de décideurs politiques se créent progressivement, onze pays ont adopté ou mis à jour des plans d'action existants et, selon les informations communiquées par les points focaux, au moins quatre pays sont en train d'œuvrer à l'élaboration d'un plan d'action⁶. Certes, l'évaluation complète de ces initiatives nécessitera davantage de recul, mais la campagne a néanmoins réussi à inscrire cette question parmi les priorités politiques essentielles et à créer des espaces de dialogue qui n'existaient pas auparavant.

2.2 Principaux acteurs/parties prenantes

La campagne « Les journalistes comptent » rassemble un ensemble diversifié d'acteurs, chacun assumant des rôles et des responsabilités distincts dans la poursuite de ses objectifs.

Secrétariat de la campagne

Le Secrétariat, situé au sein du Conseil de l'Europe à Strasbourg, constitue le centre stratégique et opérationnel de la campagne. Malgré des ressources très limitées, il coordonne les activités, apporte

⁴ Voir, par exemple : <https://www.coe.int/en/web/belgrade/horizontal-facility-for-the-western-balkans-and-t%C3%BCrkiye>.

⁵ Il existe 41 points focaux et des comités sont en place dans 21 pays, même si, comme nous le verrons, leur qualité est variable : voir <https://www.coe.int/fr/web/freedom-expression/soj2023-2027-nationalchapters>

⁶ Voir <https://www.coe.int/fr/web/freedom-expression/repository-of-national-action-plans-for-the-safety-of-journalists>.

un appui aux points focaux, planifie et organise des événements, et veille à ce que la campagne demeure visible dans l'ensemble des travaux menés par le Conseil de l'Europe.

États membres

Les États membres sont les acteurs centraux de la campagne : ils sont en effet directement associés à la définition de ses priorités tout en étant responsables de la sécurité des journalistes. Leur engagement passe par le Comité directeur sur les médias et la société de l'information (CDMSI), qui assure la supervision intergouvernementale et fournit les orientations politiques, ainsi que par les points focaux, qui servent de relais avec les capitales des États membres.

Services répressifs (et pouvoir judiciaire)

La police et les procureurs ont joué un rôle central dans les activités menées jusqu'à présent dans le cadre de la campagne. Ils sont à la fois les premiers à réagir et les garants de l'obligation de rendre des comptes lorsque des crimes sont commis contre des journalistes. Les ateliers et les sessions de formation ont offert de rares espaces d'échange entre les services répressifs et les professionnels des médias, et ont ainsi favorisé l'instauration d'un climat de confiance et une meilleure compréhension mutuelle. Les procureurs et les juges ont également été associés, notamment sur des questions telles que les poursuites engagées contre les auteurs des crimes commis contre des journalistes ou la lutte contre les poursuites stratégiques contre la participation publique (SLAPP), domaines dans lesquels une compréhension précise des réalités du métier de journaliste par le pouvoir judiciaire est essentielle.

Groupe d'amis du Conseil de l'Europe sur la sécurité des journalistes et la liberté des médias

Le Groupe d'amis, qui rassemble une coalition de représentations permanentes à Strasbourg, a été créé pour maintenir l'attention politique sur la sécurité des journalistes au sein des États représentés dans cette ville. Si ses activités se sont jusqu'à présent limitées principalement à des déclarations et à des gestes symboliques, ce groupe dispose du potentiel nécessaire pour devenir une plateforme d'encouragement mutuel et de mobilisation conjointe.

Points focaux

Chaque État membre a été invité à désigner un point focal chargé d'assurer la liaison entre Strasbourg et le niveau national. Si les points focaux présentent des profils et des mandats variés, ils constituent collectivement un réseau d'échange d'informations, d'apprentissage entre pairs et de suivi au service de la campagne. Leurs réunions ont offert un espace de dialogue ouvert et de soutien mutuel. Au total, 41 personnes ont été nommées.

Journalistes

Les journalistes, à titre individuel, sont à la fois les bénéficiaires directs et les acteurs indispensables de la campagne. Leurs expériences concrètes face aux menaces et aux pressions constituent la base d'une action fondée sur des éléments probants, tandis que leurs échanges avec les points focaux, les services répressifs et les organisations de la société civile sont au cœur même de l'efficacité des initiatives mises en œuvre dans les États membres. Des témoignages de journalistes ont également été présentés lors d'événements organisés dans le cadre de la campagne ; ils rappellent avec force les

risques auxquels ils sont confrontés dans l'exercice de leur profession et inscrivent les objectifs de la campagne dans la réalité du terrain.

Organisations de médias

Le « secteur » des médias (propriétaires, dirigeants) constitue un autre groupe d'acteurs importants. Pour l'instant, leur participation à la campagne est restée limitée au point qu'ils ont été qualifiés lors des entretiens de « pièce manquante du puzzle ». Or leur responsabilité en matière de sécurité du personnel et leur capacité à investir dans des mesures de protection pourraient en faire des partenaires essentiels, à condition qu'ils soient associés de manière plus systématique à la phase suivante. Cet objectif, qui n'est pas facile à réaliser, nécessite l'élaboration d'une stratégie destinée à renforcer leur participation.

Société civile

Les organisations de la société civile, notamment les associations de journalistes, les ONG et les organisations internationales de défense de la liberté de la presse, ont été des partenaires indispensables⁷. Elles apportent leur expertise, assurent le suivi de la situation et mènent des actions de sensibilisation, sachant que nombre d'entre elles interviennent directement dans les activités de la campagne, par exemple en organisant des formations ou des ateliers conjoints avec les autorités publiques. Elles jouent également un rôle clé dans la mesure où leur indépendance leur permet de demander aux États de rendre des comptes et de veiller à ce que la campagne reflète fidèlement les réalités auxquelles les journalistes sont confrontés sur le terrain.

Autres parties prenantes du Conseil de l'Europe

Un dernier groupe de parties prenantes occupe une place importante dans la protection des journalistes en général, notamment à Strasbourg, même s'il n'a pas été un « acteur » de la campagne au sens où il n'y a pas exercé de rôle formel. Il s'agit notamment de la [Plateforme du Conseil de l'Europe pour renforcer la protection du journalisme et la sécurité des journalistes](#), de l'Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe et de son [Rapporteur général sur la liberté des médias et la sécurité des journalistes](#), ainsi que du [Commissaire aux droits de l'homme](#).

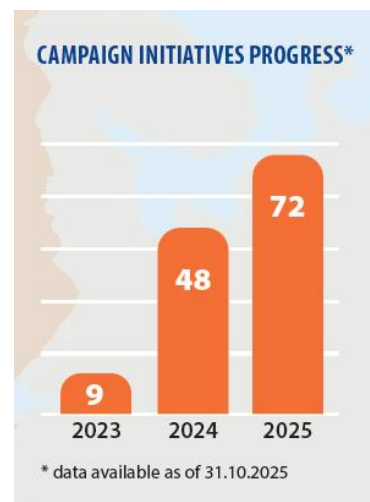
Pris ensemble, ces parties prenantes constituent un écosystème complexe au sein duquel la campagne intervient. Le Secrétariat en assure la coordination et fixe les orientations générales ; les États membres, par l'intermédiaire du CDMSI et de leurs points focaux, structurent les travaux au niveau national et orientent les stratégies de haut niveau au sein du Conseil de l'Europe ; la société civile et les journalistes ancrent l'action dans la réalité du terrain ; et les services répressifs et l'autorité judiciaire sont responsables de la prévention, de la protection et des poursuites. L'efficacité de la campagne tient à la mobilisation de tous ces acteurs et à la manière dont leurs interventions se renforcent mutuellement. Au cours de la seconde moitié de la campagne, il s'agira non seulement de consolider le fonctionnement des mécanismes existants, mais aussi de mobiliser davantage certains acteurs dont le potentiel a sans doute été sous-exploité.

⁷ Dont les partenaires de la Plateforme du Conseil de l'Europe pour renforcer la protection du journalisme et la sécurité des journalistes (voir : <https://fom.coe.int/fr/partenaires>).

2.3 Activités et ressources de la campagne

Vue d'ensemble

La campagne « Les journalistes comptent » traduit le travail normatif du Conseil de l'Europe sur la sécurité des journalistes en actions concrètes et coopératives. Ses activités associent visibilité, coordination et renforcement des capacités aux niveaux national et européen. Elles vont des conférences de haut niveau, qui consolident l'engagement politique, à des échanges concrets plus ciblés permettant aux journalistes, aux autorités et aux représentants de la société civile d'élaborer ensemble des solutions. La campagne met également à disposition des outils et des documents d'orientation, gère une plateforme collaborative en ligne et soutient la création de structures au niveau des États membres, telles que des points focaux, des groupes de travail et des plans d'action.



Le nombre d'activités a augmenté chaque année, passant de 9 en 2023 à 48 en 2024 et à 72 en 2025 (données arrêtées à fin octobre).

Campaign Initiatives Progress*	Progrès des initiatives de la campagne*
* Data available as of 31.10.2025	* Données disponibles au 31.10.2025

Principales activités

A l'échelle européenne

Les événements organisés dans le cadre de la campagne « Les journalistes comptent »⁸ ont été conçus pour renforcer la visibilité et les capacités. Les grandes conférences internationales ont servi de vitrine politique à la campagne. Elles ont attiré l'attention de personnalités de premier plan dans toute l'Europe et ont permis de souligner l'urgence de la question de la sécurité des journalistes. Bien que ces événements de haut niveau soient parfois considérés comme symboliques, ils jouent néanmoins un rôle essentiel en signalant la mobilisation politique et en aidant les États à reconnaître que la sécurité des journalistes est un enjeu démocratique fondamental. Le principal événement de ce type a été le [lancement de la campagne à Riga, en 2023](#).

Les rencontres thématiques ciblées ont été considérées comme des outils particulièrement productifs. Jusqu'à présent, deux conférences thématiques annuelles ont été organisées : l'une consacrée à [l'instauration d'un dialogue multipartite](#), l'autre aux [poursuites pénales des auteurs de crimes commis contre des journalistes](#). Parallèlement, des séminaires et ateliers ont porté sur des questions spécifiques, telles que le rôle de la police ou la [lutte contre des menaces, notamment les poursuites stratégiques contre la participation publique](#) (SLAPP). Ces deux formats - ateliers et rencontres

⁸ Pour une liste de tous les événements officiels de la campagne, voir <https://www.coe.int/fr/web/freedom-expression/events-campaign-for-the-safety-of-journalists>.

thématiques annuelles - ont été salués pour leur capacité à créer un climat d'ouverture favorable à l'expression des tensions, mais aussi à l'émergence de points de convergence et d'intérêts communs.

La campagne a également donné lieu à des réunions de points focaux qui ont offert aux États un espace pour partager ouvertement leurs avancées et leurs difficultés, tandis que les échanges entre pairs et les visites sous-régionales ont donné aux participants la possibilité d'observer la mise en pratique de solutions concrètes.

Au niveau des États membres

Parallèlement à ces événements européens, la campagne a permis de mettre en place des structures au niveau des États membres. La création de points focaux, de groupes de travail multipartites et, dans un nombre plus restreint mais néanmoins significatif d'États, de plans d'action, a donné aux gouvernements un cadre qui les a incités à prendre des mesures concrètes en vue d'améliorer la protection des journalistes. Dans de nombreux pays, c'était la première fois que les autorités, les journalistes et la société civile se réunissaient pour aborder la question de la sécurité. Dans les pays où de tels travaux étaient déjà en cours, la campagne a renforcé ces initiatives en leur apportant un nouvel élan, une visibilité accrue et des possibilités d'apprentissage comparatif. Cet apport a eu, en soi, une valeur considérable, comme l'ont reconnu les personnes interrogées.

La campagne a également facilité l'organisation d'ateliers et de formations au niveau national sur des questions spécifiques, des activités qui ont non seulement renforcé les capacités, mais aussi le dialogue et la confiance entre les médias et les services répressifs. Citons, par exemple, la [Bosnie-Herzégovine](#), où des procureurs, des policiers, des journalistes et d'autres acteurs se sont réunis à plusieurs reprises pour consolider la réponse institutionnelle face aux violences contre les journalistes ; l'Ukraine, où le [lancement du chapitre national](#) a réuni plus de 80 participants et a donné lieu à la création d'un comité national de coordination rassemblant institutions publiques, médias, milieu universitaire et société civile ; et la [Croatie](#), où un [accord de coopération interinstitutionnelle](#) a été établi et où des [protocoles de sécurité pour les médias](#) ont été mis en place. Ces activités ont également favorisé la coopération transeuropéenne, d'autant que des représentants d'États disposant déjà de mécanismes de sécurité performants avaient participé à des ateliers dans des pays où de telles initiatives sont encore en cours d'élaboration.

Des approches novatrices ont également été adoptées en matière de sensibilisation. En Roumanie, le Conseil national de l'audiovisuel a organisé le [Gala de l'excellence journalistique](#), qui a récompensé plus de 50 journalistes ayant réalisé des reportages dans des zones de conflit au cours des dernières années. L'événement a célébré le courage professionnel et a mis en lumière des mesures pratiques pour la sécurité des journalistes, y compris une formation spécialisée pour les reporters qui travaillent dans les zones de conflit. Il a également réuni des professionnels des médias issus de secteurs souvent polarisés autour de valeurs professionnelles communes. À Prague, un atelier de formation des formateurs consacré aux poursuites-baillons (SLAPP) s'est tenu parallèlement à un [festival du film journalistique](#) qui comprenait un [long métrage sur ces pratiques](#).

Ces événements montrent que la campagne assume un rôle de facilitateur : elle crée des espaces où journalistes, autorités publiques et société civile peuvent se rencontrer, instaurer un climat de confiance mutuelle et étudier ensemble des solutions concrètes.

Outils et ressources pour la campagne

La campagne a facilité l'élaboration et la mise à disposition d'un ensemble d'outils et de ressources visant à soutenir la mise en œuvre et à faciliter les échanges entre pairs. L'outil opérationnel central est la plateforme collaborative en ligne (Collab SoJ), qui a été créée pour aider les points focaux à partager des documents, échanger leurs expériences et maintenir le contact entre les réunions. Bien que son utilisation ait été jusqu'à présent limitée à un nombre restreint de participants actifs, elle constitue néanmoins le principal espace interactif de la campagne ainsi qu'un instrument appelé à perdurer et à soutenir la coopération au-delà de 2027.

Un [site internet](#) complet, également développé dans le cadre de la campagne, regroupe l'ensemble des ressources et documents disponibles, dont un [kit de visibilité](#), un recueil de [documents de référence](#) sur les normes et les pratiques, ainsi qu'un [répertoire public des plans d'action](#) pour la sécurité des journalistes. Le site héberge en outre un [tableau de bord interactif et une carte des initiatives nationales](#), offrant ainsi un aperçu visuel des progrès et des activités dans les États membres. Par ailleurs, le Secrétariat de la campagne publie un [bulletin d'information](#) périodique et un résumé annuel en [trois volets](#) qui mettent en lumière les principaux développements et les priorités. Ensemble, ces ressources en ligne et imprimées améliorent la transparence, facilitent le partage des connaissances et complètent les actions directes menées dans le cadre de la campagne en matière d'engagement et de renforcement des capacités.

Trois documents de référence complémentaires fournissent des orientations de fond. Le [Guide de mise en œuvre sur la sécurité des journalistes](#) (2020) et le [Guide de mise en œuvre – version élargie](#) (2023) fournissent un cadre complet pour appliquer la Recommandation CM/Rec(2016)4 au niveau national tout en ayant constitué la base conceptuelle de la campagne. Le [Guide de poche des actions clés pour améliorer la sécurité des journalistes](#) (2024) propose une version concise et pratique élaborée pendant la campagne elle-même. Ensemble, ces guides forment le noyau dur des documents de référence du Conseil de l'Europe mis à la disposition des États et complètent les efforts déployés dans le cadre de la campagne pour faciliter la coopération et promouvoir les bonnes pratiques.

Vue d'ensemble

À mi-parcours, la campagne a indéniablement renforcé la visibilité de la question de la sécurité des journalistes et à encourager les États membres à prendre des mesures. Ses activités ont facilité la mise en place d'une architecture à plusieurs niveaux : des événements de haut niveau pour générer de la visibilité et un élan politique ; des structures intermédiaires telles que des points focaux et des comités pour assurer la continuité ; et des ateliers ciblés pour favoriser l'élaboration de solutions concrètes. La campagne a servi de catalyseur pour de nouvelles initiatives et de soutien aux réformes en cours. Des structures ont été créées, le dialogue a été engagé et des premiers changements de pratique sont d'ores et déjà observables, notamment dans la manière dont la police et les journalistes interagissent lors des manifestations publiques, ainsi que dans l'attention croissante portée aux procédures abusives.

Néanmoins, le travail est loin d'être achevé. De nombreux comités et points focaux récemment mis en place restent fragiles et risquent de n'exister que sur le papier sans un soutien continu. Les conférences de haut niveau ont apporté de la visibilité, mais leur impact à long terme dépendra de la capacité à traduire les enseignements en réformes nationales durables.

Le défi pour la prochaine phase de la campagne consiste donc non seulement à poursuivre les efforts de mobilisation et de soutien, mais également à veiller à ce que les structures soient réellement animées, que les engagements se traduisent en actions concrètes et que des résultats mesurables soient obtenus d'ici à la fin de la campagne en 2027. L'analyse qui se dégage à ce stade constitue la base de l'évaluation qui suit, laquelle examine les performances de la campagne au regard des critères d'évaluation standard du Conseil de l'Europe.

3 Évaluation des performances de la campagne

Ce chapitre examine la campagne « Les journalistes comptent » au regard de six critères d'évaluation standard du Conseil de l'Europe : la pertinence, la valeur ajoutée, l'efficacité, l'efficience, l'impact et la durabilité. Ensemble, ces critères fournissent un moyen structuré d'apprécier dans quelle mesure les objectifs de la campagne répondent aux besoins observés sur le terrain, ce que le Conseil de l'Europe apporte de manière spécifique, les réalisations accomplies jusqu'à présent, la manière dont les ressources ont été utilisées, les changements visibles à moyen terme et la probabilité que ces changements s'inscrivent dans la durée. L'analyse s'appuie sur les entretiens menés avec les parties prenantes, les réponses à l'enquête et la recherche documentaire. Elle met en évidence des thèmes récurrents, les illustre par des témoignages de parties prenantes et identifie également les domaines dans lesquels la campagne pourrait réajuster ses priorités pour la seconde moitié de son mandat.

3.1 Pertinence

Dès le lancement, la campagne « Les journalistes comptent » a été conçue pour répondre à un problème identifié comme urgent, à les menaces qui pèsent sur la sécurité des journalistes en Europe. La grande majorité des personnes interrogées, ainsi que des répondants à l'enquête, ont estimé que les objectifs de la campagne - sensibiliser, encourager le dialogue et promouvoir la mise en place de structures nationales de protection - étaient en adéquation étroite avec les défis auxquels ils sont confrontés.

L'accent placé sur la création de mécanismes nationaux a été jugé particulièrement déterminant. Nombre d'interlocuteurs ont souligné que, si le suivi des violations reste indispensable, il ne saurait suffire à répondre aux problèmes structurels. Comme l'a résumé l'une des personnes interrogées, la campagne « vise à mettre en place les structures qui donnent la possibilité aux États de s'améliorer ». Ce rôle se distingue nettement de celui de la Plateforme, qui fonctionne avant tout comme un mécanisme d'alerte et de dialogue. Cette complémentarité a été largement reconnue et appréciée par les parties prenantes, qui ont souligné que la campagne et la Plateforme se renforcent mutuellement. Toutefois, une certaine confusion persiste quant à la répartition exacte de leurs rôles, en particulier parmi les interlocuteurs moins familiers avec l'architecture institutionnelle strasbourgeoise.

Un autre domaine dans lequel la campagne s'est avérée pertinente est celui du renforcement des liens entre différentes communautés. Dans de nombreux États membres, journalistes, policiers, procureurs et juges se rencontrent rarement dans des cadres propices à un échange ouvert et constructif. La campagne a créé des occasions inédites, et souvent déterminantes, pour que ces acteurs se réunissent, dialoguent et identifient des points de convergence. Comme l'a déclaré un représentant de l'État, le fait de les réunir « a aidé ces communautés issues d'horizons très différents - la police et

les médias en particulier – à mieux se comprendre mutuellement ». Les réponses à l'enquête confirment cette appréciation, notant que les réunions intersectorielles avaient instauré « de la confiance et une meilleure compréhension du travail de chacun ».

La campagne a également renforcé sa pertinence en élevant le niveau de sensibilisation, tant au plan national qu'eupéen. Un représentant de l'État interrogé a expliqué que, même dans des pays où les dispositifs de protection sont relativement solides, la campagne avait mis en lumière un certain nombre de lacunes : « Nous avons découvert que les plaintes déposées par des journalistes étaient très souvent classées. Sans la campagne, nous n'aurions pas accordé d'attention à ce problème. »

Cette pertinence s'est manifestée dans des contextes nationaux très divers. Dans certains pays, la campagne a constitué la première impulsion extérieure en faveur d'une action publique. L'une des personnes interrogées a reconnu que sa participation à une réunion « m'a fait réaliser, avec embarras, que mon pays n'avait pris aucune mesure : pas de comité ni de plan d'action, rien n'avait été mis en place ». Dans d'autres, la campagne a servi à légitimer l'allocation de ressources internes et à encourager la réalisation d'études de référence. En Ukraine, elle a fourni un soutien essentiel en temps de guerre : « Nous avons recensé plus de 800 crimes contre des journalistes depuis l'invasion. La formation et l'assistance technique du Conseil de l'Europe ont été essentielles. »

Les personnes interrogées ont également souligné que la pertinence devait être appréciée au regard de thématiques spécifiques, un domaine où des améliorations sont envisageables. Certains ont estimé que la notion de « sécurité » pouvait paraître trop large, appelant un recentrage sur des problématiques prioritaires. Plusieurs points focaux et représentants de la société civile ont mis en avant les risques liés au genre, en particulier, mais pas exclusivement, les menaces et violences en ligne. D'autres ont insisté sur la précarité financière et les conditions de travail dégradées, considérées comme des facteurs majeurs compromettant la sécurité et l'indépendance des journalistes.

Dans l'ensemble, les objectifs de la campagne apparaissent bien alignés sur les besoins actuels. L'accent mis sur les structures, le dialogue et la sensibilisation a été largement validé par les parties prenantes. Le principal défi pour la seconde moitié de la campagne sera de préserver cette pertinence en accordant une attention accrue aux risques spécifiques tout en continuant de consolider les fondations déjà établies.

3.2 Valeur ajoutée

Les parties prenantes ont constamment souligné que la valeur ajoutée de la campagne tient au fait qu'il s'agit d'une initiative intergouvernementale du Conseil de l'Europe. Les organisations de la société civile surveillent et documentent les violations depuis de nombreuses années. Mais le Conseil de l'Europe, en tant qu'organisation intergouvernementale, peut, grâce à cette campagne, instaurer des processus structurés dans lesquels les gouvernements deviennent eux-mêmes des acteurs centraux qui s'engagent dans une coordination nationale, désignent des points focaux et rendent compte de leurs avancées à leurs pairs⁹.

⁹ Il convient de noter que l'OSCE et l'UNESCO, qui sont aussi des organisations intergouvernementales dont le mandat couvre la liberté de la presse, interviennent également dans cet espace. Pour diverses raisons, elles ne sont pas en mesure de jouer ce rôle dans les mêmes conditions que le Conseil de l'Europe, en partie pour des motifs propres à ces deux organisations et

Plusieurs personnes interrogées ont souligné que ce poids intergouvernemental modifie la manière dont les États se mobilisent. Un représentant de la société civile l’a formulé simplement : « Lorsque le Conseil de l’Europe appose son nom sur une initiative, il signale que la sécurité des journalistes n’est pas une question marginale, mais une préoccupation centrale en matière de droits humains. » Un autre a relevé que, même si un gouvernement est réticent, « le fait d’envoyer quelqu’un à Strasbourg et de le faire participer aux discussions signifie que la question est (au moins), prise en compte ».

La campagne a également offert une légitimité et un appui aux acteurs réformateurs au sein des États membres. Dans un pays, un représentant de la puissance publique a admis que la participation à une réunion des points focaux « m’a fait réaliser avec embarras que mon pays n’avait pris aucune mesure : nous n’avions pas de comité, ni de plan d’action, rien n’avait été mis en place ». Le rôle de facilitateur du Conseil de l’Europe a fourni l’impulsion extérieure nécessaire pour amorcer le changement au niveau national.

La valeur ajoutée résidait également dans la dimension comparative que seul le Conseil de l’Europe est en mesure d’offrir. Grâce aux visites sous-régionales, aux échanges entre pairs et aux conférences annuelles, les États peuvent apprendre directement les uns des autres. Comme l’a fait observer un point focal, « nous avons découvert que d’autres pays avaient déjà élaboré des solutions auxquelles nous n’avions même pas pensé, et nous avons pu nous les approprier ». Ce travail de comparaison, d’étalonnage et d’encouragement mutuel n’est possible que dans un cadre intergouvernemental.

Plusieurs parties prenantes ont opposé le rôle de la campagne à celui de la Plateforme pour renforcer la protection du journalisme, qui relaie les alertes de la société civile et fonctionne par la pression publique. Elles ont vu dans la campagne un dispositif complémentaire. Si la Plateforme est un espace de dialogue sur les menaces qui pèsent sur la liberté des médias et les droits des journalistes, la campagne, quant à elle, met en place des structures favorisant l’apprentissage institutionnel. Comme l’a résumé une personne interrogée, « il ne s’agit pas uniquement de signaler les lacunes des gouvernements mais aussi de les aider à s’améliorer. »

En résumé, la valeur ajoutée de la campagne réside dans sa capacité à intégrer formellement les États dans le processus, à faciliter l’entraide entre pairs et à conférer une légitimité politique à la question de la sécurité des journalistes, autant de rôles que la société civile et d’autres organisations internationales ne peuvent assumer seules.

3.3 Efficacité

Les entretiens et les résultats de l’enquête montrent que la campagne est parvenue à générer une activité substantielle au cours de ses deux premières années. La quasi-totalité des États membres ont désormais désigné des points focaux, près de la moitié ont établi des comités et plus d’une dizaine ont élaboré des plans d’action. Même lorsque la mise en œuvre demeure inégale, les parties prenantes reconnaissent que la création de ces structures représente un progrès tangible dans un laps de temps relativement court. Comme l’a observé un représentant de la société civile, « lorsque le Conseil de

à leurs membres, mais aussi en raison des atouts exceptionnels du Conseil de l’Europe et de son bilan en matière de droits humains et d’État de droit.

l'Europe demande aux gouvernements de désigner un point focal, ils s'exécutent. Les ONG ne peuvent pas obtenir un tel résultat ».

Les avancées les plus concrètes ont été signalées dans le domaine du dialogue et de la coopération entre journalistes et services répressifs. Les ateliers, tables rondes et visites sous-régionales ont été des moments où les obstacles ont pu être levés et où des solutions pratiques ont pu être envisagées. Un représentant de l'État a déclaré qu'un de ces événements pouvait être considéré comme « l'initiative la plus efficace parce qu'elle va directement là où les tensions apparaissent ». Un point focal d'un autre pays a indiqué qu'un protocole de communication élaboré à la suite de ces échanges avait « réduit le risque d'incidents lors des manifestations ».

L'apprentissage entre pairs a également constitué un indicateur important d'efficacité. Plusieurs participants ont mentionné des visites d'étude ou des échanges permettant aux États de comparer leurs pratiques. Par exemple, l'initiative néerlandaise PersVeilig a été présentée lors de plusieurs événements de la campagne, et son coordinateur a été invité par des points focaux d'autres pays à en exposer le fonctionnement. Si chaque pays adapte ces approches à son propre contexte, la campagne a servi de vecteur à ces échanges et a favorisé la diffusion des bonnes pratiques au-delà des frontières nationales.

Les réponses à l'enquête ont confirmé que la sensibilisation a été l'une des réalisations les plus efficaces de la campagne. Les personnes interrogées ont mentionné « un intérêt politique plus marqué pour ces questions » et « une meilleure prise en compte, par les responsables des services répressifs, des préoccupations des journalistes ». D'autres ont fait état d'un « engagement renouvelé » des gouvernements en faveur de la sécurité des journalistes, même dans des contextes où l'action nationale avait précédemment stagné.

En même temps, l'efficacité s'est révélée inégale. En effet, certains points focaux sont décrits comme très actifs : ils pilotent des évolutions au niveau national et partagent des pratiques à l'échelon international. D'autres ne participent qu'à titre symbolique et se contentent d'assister aux réunions sans assurer de suivi dans leur pays. Comme l'a fait remarquer l'une des personnes interrogées, « il y a des États qui sont très bien représentés, qui participent et qui s'investissent réellement dans le processus ; et il y a des points focaux qui assistent aux réunions peut-être uniquement parce qu'ils y ont été envoyés ». Les personnes interrogées ont également souligné la difficulté de maintenir la dynamique au-delà d'événements ponctuels. Si les conférences et les ateliers ont été salués pour leur capacité de rassemblement, des préoccupations ont été exprimées quant au fait que les résultats ne font pas toujours l'objet d'un suivi systématique. Un membre du personnel du Conseil de l'Europe a suggéré que les réunions devraient « identifier les points d'achoppement et les résoudre », plutôt que de servir uniquement de plateforme de discussion.

Malgré ces limites, la campagne s'est avérée efficace pour dynamiser le dialogue, renforcer les échanges entre pairs et encourager la création de structures nationales. Son bilan fait état de progrès dans des domaines où il n'existait auparavant que très peu, voire aucune, initiative, ainsi que d'améliorations de la coopération dans des pays dotés de traditions plus établies. La prochaine étape pour renforcer l'efficacité consistera à faire en sorte que ces activités s'inscrivent dans la durée et que les résultats soient consolidés en pratiques durables.

3.4 Efficience

Un thème récurrent dans les entretiens et les réponses à l'enquête est l'admiration pour tout ce que la campagne a accompli avec des ressources relativement modestes. Les parties prenantes ont souvent été surprises par l'ampleur des activités menées par ce qu'une personne interrogée a qualifié de « très petite équipe face à un programme très ambitieux ». Le secrétariat de la campagne a été loué à plusieurs reprises pour son énergie et sa capacité à mobiliser les partenaires et un répondant de la société civile a noté que « la campagne avait accompli bien davantage que ce que ses moyens laissaient présager ».

Les mécanismes existants du Conseil de l'Europe ont été utilisés avec une réelle efficience. Par exemple, les réunions des points focaux ont été organisées en marge d'autres événements à Strasbourg, ce qui a entraîné une réduction des frais de déplacement et aidé les participants à intervenir dans plusieurs axes de travail. Les visites sous-régionales se sont fréquemment appuyées sur des projets de coopération déjà en cours, de sorte que les activités de la campagne ont renforcé d'autres initiatives sans les dupliquer. Comme l'a expliqué un membre du personnel du Conseil de l'Europe, « nous avons essayé de concevoir des activités qui puissent s'articuler avec des projets déjà financés ».

Les répondants à l'enquête ont également souligné la capacité de la campagne à mobiliser des partenariats, tant internes qu'externes. Des événements conjoints avec le CDMSI, des liens avec des initiatives parlementaires et des collaborations avec des organisations internationales ont été cités comme autant d'exemples de situations où la campagne a pu étendre sa portée sans accroître proportionnellement ses coûts.

Néanmoins, certaines limites sont apparues clairement. Plusieurs personnes interrogées ont souligné que les résultats restaient parfois au stade du dialogue sans déboucher sur une action concrète, et se sont demandé si des interventions mieux ciblées et de moindre ampleur ne produiraient pas de meilleurs résultats. Un acteur de la société civile a observé que « les grandes conférences sont nécessaires pour la visibilité, mais que les avancées les plus significatives ont eu lieu dans de petits ateliers pratiques ». D'autres ont fait remarquer que trop de sujets étaient parfois regroupés dans un seul ordre du jour, ce qui diluait l'attention et limitait l'efficience de chaque événement.

Un autre facteur affectant l'efficience réside dans l'engagement inégal des points focaux. Si certains jouent un rôle de véritables relais dans leur pays, d'autres considèrent leur participation comme une simple formalité. Cette disparité réduit l'efficience globale de l'investissement de la campagne dans les activités de mise en réseau et de formation. Comme l'a reconnu un point focal, « il est frustrant de consacrer beaucoup de temps à la préparation, puis de voir certains collègues rentrer chez eux sans qu'aucun résultat concret n'ait été obtenu ».

Dans l'ensemble, les parties prenantes ont estimé que la campagne représentait une utilisation particulièrement efficace de ressources limitées, notamment grâce à son pouvoir de mobilisation et à sa capacité à construire des partenariats. Le défi pour l'avenir consistera à affiner les priorités, à veiller à ce que chaque activité soit bien ciblée et à assurer un suivi systématique des résultats, afin que les efforts consentis se traduisent plus directement en effets concrets.

3.5 Impact

La campagne a déjà produit des changements observables aux niveaux national et européen, même si elle n'en est qu'à mi-parcours. L'impact le plus visible a été la création de points focaux et de comités qui, dans plusieurs pays, fonctionnent comme de véritables forums de dialogue entre les journalistes, les institutions publiques et la société civile. Dans certains cas, ces structures sont désormais citées dans les débats nationaux comme un indicateur tangible de l'engagement d'un État en faveur de la liberté des médias.

Certaines personnes interrogées ont décrit une évolution de la culture institutionnelle. Les représentants de la police et des services répressifs ayant participé aux ateliers ont déclaré qu'ils étaient désormais davantage conscients des risques auxquels sont exposés les journalistes lors de manifestations ou dans des situations de conflit. Un procureur impliqué dans un projet a déclaré : « Nous avons réalisé que nous avons traité ces affaires comme des agressions ordinaires, alors qu'il s'agit en réalité d'atteintes à la liberté d'expression. » Les journalistes ont également indiqué que le fait d'avoir un accès direct à des représentants de l'État dans un cadre neutre améliorait la confiance et réduisait l'hostilité.

Les réponses à l'enquête ont confirmé cette dynamique de changement. De nombreux répondants ont souligné que la campagne avait accru la visibilité de la question de la sécurité des journalistes dans leur pays et créé ainsi une dynamique politique encourageant l'action. Un point focal a expliqué qu'« avant la campagne, cette question ne faisait absolument pas partie des priorités nationales. Aujourd'hui, elle est débattue au Parlement ». Dans un autre cas, un syndicat national de journalistes a indiqué que le dialogue avec la police « n'aurait jamais eu lieu sans l'initiative du Conseil de l'Europe ».

Au niveau européen, la campagne a donné une meilleure visibilité à la question dans les réunions ministérielles, les débats de l'APCE et les communications du Conseil de l'Europe, ce qui a permis de lutter contre les tendances au déni ou à la minimisation. Comme l'a souligné un parlementaire, « la campagne montre clairement qu'aucun pays ne peut affirmer qu'il n'a pas de problèmes : tous sont concernés ».

Tous les impacts n'ont pas été homogènes. Dans certains États, les comités se réunissent rarement et n'ont pas encore traduit le dialogue en mesures concrètes. Quelques journalistes et représentants de la société civile se sont montrés sceptiques, estimant que certains gouvernements utilisaient la campagne essentiellement à des fins symboliques, sans réel engagement. D'autres ont fait valoir que l'impact était limité par le caractère volontaire de la campagne, qui ne peut contraindre les États à agir.

Malgré ces limites, la campagne s'est traduite par des progrès tangibles : mise en place de nouveaux mécanismes, sensibilisation accrue et ancrage progressif d'une culture de dialogue. Elle a également catalysé des échanges régionaux qui ont aidé les pays à adapter des pratiques déjà expérimentées ailleurs. Si la profondeur de l'impact varie, l'ampleur de l'engagement à l'échelle européenne montre que la campagne a fait progresser le débat sur la sécurité des journalistes bien au-delà de ce qu'il était il y a deux ans.

3.6 Durabilité

La durabilité est ressortie comme l'une des préoccupations majeures dans les entretiens et les réponses à l'enquête. Les parties prenantes ont souligné à plusieurs reprises que si la campagne a favorisé la création de structures utiles et généré un nouvel élan, ces acquis risquent d'être perdus lorsqu'elle prendra fin en 2027, à moins qu'une stratégie de continuité ne soit mise en place.

La création de points focaux et de comités a été l'une des réalisations les plus visibles de la campagne, mais plusieurs personnes interrogées ont averti que « la mise en place d'un comité ne suffit pas ; ce qui importe, c'est qu'il continue de fonctionner une fois la campagne terminée ». Un représentant de la société civile s'est dit préoccupé par le fait que certains gouvernements considèrent que ces comités sont avant tout symboliques, notant qu'« ils se réunissent une ou deux fois par an, mais que sans pression, ils pourraient facilement disparaître ».

Un large consensus s'est dégagé sur la nécessité pour le Conseil de l'Europe d'examiner les moyens d'inscrire les structures de la campagne dans un mécanisme permanent, sous une forme ou une autre. L'une des idées avancées serait d'établir un réseau intergouvernemental permanent de points focaux, à l'image des réseaux existants pour les services répressifs, les procureurs et les juges au sein du Conseil de l'Europe. Cette structure offrirait un cadre propice au maintien d'échanges réguliers et à la préservation des connaissances acquises ainsi que des relations nouées au cours de la campagne. Comme l'a déclaré un fonctionnaire du Conseil de l'Europe, « nous aurions beaucoup à perdre si nous nous arrêtons là au bout de cinq ans ».

La question de l'orientation des travaux pour les années restantes est également liée à la durabilité. Certaines personnes interrogées ont estimé que la campagne devrait accorder plus d'attention à des questions urgentes spécifiques, telles que le harcèlement en ligne, les menaces visant les femmes journalistes et la précarité économique des professionnels des médias. D'autres ont suggéré de se concentrer sur l'approfondissement des initiatives nationales les plus prometteuses afin qu'elles deviennent autonomes. Un point focal a fait remarquer que « si nous parvenons à mettre en place trois ou quatre mécanismes nationaux qui fonctionnent et qui sont véritablement intégrés, ils pourront servir de modèles pour les autres ».

Le financement a été mentionné comme un facteur limitant. Plusieurs parties prenantes ont relevé que les États s'attendent parfois à un soutien financier externe pour leurs initiatives, alors que la campagne elle-même dispose de ressources très limitées. Cela souligne l'importance de démontrer que les mécanismes de sécurité des journalistes peuvent être mis en œuvre à un coût relativement faible, comme l'illustrent plusieurs exemples nationaux.

En résumé, la pérennité des résultats de la campagne dépendra de deux éléments : 1) l'intégration des structures qu'elle a créées dans une forme de mécanisme permanent et 2) l'approfondissement des initiatives nationales afin qu'elles puissent perdurer au-delà de la campagne. Sans cela, le risque est réel de voir les progrès accomplis s'estomper une fois la campagne terminée.

4 Réflexions

Les entretiens et les réponses à l'enquête révèlent un tableau clair et cohérent de ce que la campagne a réalisé jusqu'à présent et des défis qui restent à relever. Bien que les détails varient selon les parties prenantes et les contextes nationaux, plusieurs thèmes se dégagent nettement.

Un signal politique fort avec des ressources modestes

L'une des réalisations les plus souvent mentionnées est que la campagne est parvenue à accroître la visibilité de la question de la sécurité des journalistes dans toute l'Europe malgré des ressources limitées. Les représentants de la société civile ont notamment souligné que le simple lancement d'une campagne intergouvernementale « a envoyé le signal qu'il s'agissait d'un enjeu qui mobilise les gouvernements, et pas seulement les ONG ». Ce poids symbolique a amplifié la portée des travaux réalisés dans le cadre d'initiatives déjà existantes et exercé une pression accrue sur les États pour qu'ils se mobilisent.

Structures établies, mais profondeur variable

La campagne a catalysé la création de points focaux dans presque tous les États membres et de comités dans près de la moitié d'entre eux. Ces avancées sont largement considérées comme un progrès important qui donne à la question de la sécurité des journalistes un ancrage formel au sein des structures étatiques. En même temps, le fonctionnement de ces organismes varie considérablement. Dans certains États, les comités se réunissent régulièrement et ont instauré un véritable dialogue entre les médias, les services de répression et le gouvernement. Dans d'autres, ils se réunissent peu souvent ou seulement de manière symbolique, ce qui limite leur efficacité. Comme l'a admis un point focal, « nous nous réunissons deux fois par an pendant une heure sans qu'aucun résultat tangible ne puisse être obtenu ».

Dialogue entre les journalistes et les autorités

Les progrès les plus tangibles ont sans doute été réalisés dans la promotion du dialogue entre les journalistes et les autorités publiques. Les ateliers réunissant la police, les procureurs et les médias ont été fréquemment cités comme des moments forts. Un journaliste a déclaré que, pour la première fois, « la police nous a écoutés en tant que professionnels, et non comme des auteurs de troubles ». Plusieurs représentants de services répressifs ont déclaré que ces rencontres avaient modifié leur compréhension des attaques contre les journalistes, qu'ils considèrent désormais comme des atteintes à la démocratie plutôt que comme de simples délits.

Rôle de l'échange de pairs et de la pression régionale

Les visites sous-régionales et les échanges entre pairs ont été un autre instrument efficace. Ils ont permis aux États d'apprendre les uns des autres et ont exercé une forme de pression douce sur ceux qui sont les moins avancés. Un représentant du Conseil de l'Europe a expliqué que « les responsables qui voient de leurs propres yeux comment un autre pays a résolu un problème sont incités à faire de même lorsqu'ils rentrent chez eux ». Ces échanges renforcent également les réseaux informels susceptibles de perdurer au-delà de la campagne elle-même.

Genre et harcèlement en ligne

Les menaces fondées sur le genre et le harcèlement en ligne sont apparus comme des thèmes importants, mais de manière irrégulière. Plusieurs parties prenantes ont souligné l'urgence de s'y attaquer, tandis que d'autres ont noté que l'attention accordée à ces questions était restée jusqu'ici inégale. De nombreuses personnes interrogées n'ont évoqué la dimension de genre que lorsqu'elles y étaient invitées, ce qui suggère que ce sujet n'est pas jugé prioritaire bien que la campagne l'ait mis

en évidence. Le harcèlement en ligne, pour sa part, est largement considéré comme l'une des menaces qui se développe le plus rapidement, mais ce thème n'a pas encore été abordé de manière systématique dans le cadre des activités de la campagne.

Limites de l'engagement volontaire

Le caractère volontaire de la campagne est à la fois sa force et sa faiblesse. S'il a suscité une large participation et une faible résistance politique, il a aussi pour conséquence que certains États ne se mobilisent que superficiellement. Comme l'a souligné un acteur de la société civile, « on ne peut pas contraindre les gouvernements à se soucier du problème, d'autant que certains ne s'engagent que de manière symbolique ». Ces limites expliquent que les progrès réalisés soient inégaux et posent la question de la manière de maintenir la dynamique dans la durée.

Les acteurs non représentés

Une observation récurrente est que certaines parties prenantes ne sont pas suffisamment mobilisées. Les parlements nationaux n'ont jusqu'à présent joué qu'un rôle limité, alors même qu'ils sont essentiels pour impulser des réformes juridiques et exercer un contrôle démocratique. Les propriétaires de médias sont également largement absents, malgré leur influence sur les conditions de travail et la sécurité financière des journalistes. Plusieurs personnes interrogées ont fait valoir que sans l'implication des propriétaires, la campagne risque d'ignorer l'une des causes structurelles de la vulnérabilité, à savoir la précarité de l'emploi.

Campagne et plateforme : complémentaires mais confondues

La confusion entre la campagne et la plateforme du Conseil de l'Europe sur la sécurité des journalistes a également été évoquée. Même des parties prenantes bien informées tendent parfois à brouiller la distinction et à considérer qu'il s'agit d'une seule et même initiative. Si cette confusion n'est pas nécessairement dommageable, elle masque néanmoins le fait que la campagne constitue un processus intergouvernemental visant à instaurer des structures nationales destinées à renforcer la sécurité des journalistes, tandis que la Plateforme est un mécanisme paneuropéen porté par la société civile, dont l'objectif est de mettre en lumière les graves préoccupations relatives à la liberté des médias et aux atteintes aux droits des journalistes. Les personnes interrogées ont insisté sur la nécessité de clarifier la complémentarité entre ces deux instruments, tout en soulignant qu'une stratégie plus concertée renforcerait leur action mutuelle.

5 Options et recommandations pour l'avenir

À l'avenir, la campagne devra mener de front les deux tâches suivantes : consolider les progrès accomplis jusqu'à présent et jeter les bases de ce qui se passera après 2027. Les parties prenantes se sont montrées très favorables à la continuité, mais elles ont également souligné que la période restante ne devait pas se contenter de répéter ce qui a déjà été fait. Elle devrait également viser à approfondir l'impact, garantir la durabilité et combler les lacunes qui sont apparues.

Consolider les structures existantes

Le réseau des points focaux et des comités constitue l'un des acquis les plus visibles de la campagne. Au cours des deux prochaines années, la priorité devrait être de veiller à ce que ces mécanismes ne

soient pas simplement symboliques, mais véritablement opérationnels. Cela suppose d'encourager la tenue régulière de réunions, de renforcer les liens avec les journalistes et la société civile, et de faire en sorte que le travail des comités débouche sur des réformes concrètes. Les points focaux devraient rester activement engagés, notamment en informant régulièrement le Secrétariat de Strasbourg des avancées réalisées dans leurs pays afin qu'elles puissent être partagées avec d'autres. Plusieurs personnes interrogées ont souligné que « les comités ne peuvent pas se limiter à exister sur le papier » et que le Conseil de l'Europe devrait continuer à encourager la production de résultats concrets. Il pourrait également être envisagé de créer un comité de pilotage au sein du groupe des points focaux, afin qu'une impulsion interne génère une nouvelle dynamique.

Mettre en place un réseau permanent

Une idée récurrente consiste à transformer la campagne en un mécanisme permanent du Conseil de l'Europe, par exemple sous la forme d'un réseau intergouvernemental de points focaux consacré à la sécurité des journalistes. Une partie prenante a souligné qu'il s'agirait d'un modèle déjà éprouvé : « Le Conseil de l'Europe dispose déjà de réseaux pour les services répressifs, les procureurs et les juges. Pourquoi pas pour la sécurité des journalistes ? » Une telle structure donnerait la possibilité de poursuivre les travaux après la clôture de la campagne, grâce à des réunions annuelles et des discussions plus spécialisées déterminées par les points focaux eux-mêmes. Cette évaluation à mi-parcours, réalisée bien avant l'échéance de 2027 et à un moment où les premiers résultats sont déjà visibles, offre l'occasion d'ouvrir le débat sur cette option et d'en examiner la faisabilité.

Mieux définir les priorités thématiques ?

Les parties prenantes ont également suggéré que la période restante soit mise à profit pour mieux définir les priorités thématiques de la campagne. Trois enjeux principaux se dégagent.

- Premièrement, les menaces fondées sur le genre et la nécessité de faire des risques spécifiques auxquels sont confrontées les femmes journalistes un enjeu central plutôt qu'un thème périphérique. Comme l'a relevé un participant, « les attaques visant les femmes journalistes façonnent l'environnement pour l'ensemble de la profession ».
- Deuxièmement, le harcèlement en ligne et la nécessité de reconnaître et de traiter l'ampleur croissante des menaces numériques dirigées contre les journalistes. Selon un représentant de la société civile, « il s'agit du risque qui progresse le plus rapidement, et il n'est toujours pas abordé de manière systématique ».
- Troisièmement, la précarité économique, qui met en lumière la manière dont la fragilité financière et les conditions de travail dégradées entravent l'indépendance journalistique. Un point focal a noté : « Lorsque vous êtes payé 30 euros l'article, vous vous autocensurez parce que vous ne pouvez pas vous permettre de perdre des commandes ».

Si tous ces enjeux ne peuvent pas être pleinement traités dans le cadre du mandat actuel, ils constituent néanmoins des orientations pertinentes pour renforcer la durabilité des acquis de la campagne.

Renforcer la coordination et la communication

Il existe une certaine latitude pour améliorer la coordination avec d'autres acteurs. Une clarification des complémentarités et une communication plus régulière avec les délégations auprès de Strasbourg pourraient renforcer l'impact à faible coût. De même, un engagement accru avec les parlements nationaux offrirait de nouveaux leviers pour les réformes juridiques et politiques. Comme l'a relevé un parlementaire, « il manque un maillon entre ce qui se passe à Strasbourg et ce que font réellement les assemblées nationales ». Une certaine confusion persiste entre le rôle de la Plateforme et celui de la campagne. Il convient toutefois de reconnaître que le Secrétariat dispose de ressources humaines et financières très limitées (en pratique, une seule personne) et que les capacités d'action qui en découlent demeurent nécessairement restreintes.

Associer les parties prenantes sous-représentées

La campagne gagnerait à associer de nouveaux acteurs au processus. Les parlements, les propriétaires de médias et les syndicats de journalistes ont tous été identifiés comme des maillons manquants. Les intégrer, ou les associer plus efficacement, aux comités ou à certains ateliers renforcerait la représentativité et l'efficacité des mécanismes. Plusieurs parties prenantes ont souligné la nécessité d'impliquer les propriétaires de médias en raison de leur influence sur les conditions de travail.

Des parties prenantes sous-utilisées ?

Les retours recueillis sur le Groupe d'amis, qui a toujours été présent, indiquent que son niveau d'activité a largement dépendu de la présidence en exercice. Nombre d'interlocuteurs ont estimé que cet instrument d'encouragement entre pairs et de mobilisation politique avait été sous-utilisé. Un renforcement du rôle du Groupe d'amis pourrait donc, au minimum, sensiblement accroître la visibilité et la dynamique politique de la campagne à Strasbourg.

Par ailleurs, malgré une coopération réelle, plusieurs personnes interrogées ont jugé qu'une stratégie commune plus claire et structurée, qu'elle soit menée ouvertement ou conduite en coulisses, aurait pu être développée avec d'autres acteurs du Conseil de l'Europe, notamment la Plateforme, le Commissaire aux droits de l'homme et l'APCE.

Options pour le Conseil de l'Europe

Au niveau institutionnel, le Conseil de l'Europe est confronté à un choix stratégique. Les réactions des parties prenantes font apparaître plusieurs pistes possibles, toutes convergeant vers la nécessité pour l'Organisation de poursuivre son action. Les personnes interrogées se sont montrées sceptiques quant à la capacité des États de maintenir cette dynamique de leur propre initiative. Comme l'a souligné l'une d'elles, « on ne peut pas s'attendre à ce que les gouvernements maintiennent la dynamique par eux-mêmes ; sans coordination, elle risque de disparaître progressivement ».

- 1) Du projet pilote au programme : transformer la campagne en un programme permanent du Conseil de l'Europe doté d'un personnel spécialisé. Cette option permettrait de capitaliser sur la dynamique existante et d'assurer la continuité que les parties prenantes jugent essentielle.
- 2) Modèle de réseau : créer un réseau intergouvernemental de points focaux consacré à la sécurité des journalistes, sur le modèle des réseaux existants pour la police, les procureurs et les juges. Cette formule offrirait un cadre durable, léger et flexible pour des échanges réguliers

et une pression constructive, tout en plaçant la définition des priorités entre les mains des points focaux.

- 3) Continuité assurée depuis Strasbourg mais sans cadre institutionnel : maintenir la campagne en tant qu'initiative coordonnée depuis Strasbourg en veillant à ce que le Secrétariat continue d'en piloter et d'en coordonner les activités. Cette option, qui comporte toutefois un risque de perte de cohérence, notamment, point essentiel, au sein même de la hiérarchie strasbourgeoise, est donc la moins souhaitable.

Quelle que soit l'option retenue, le défi principal est celui de la durabilité. De nombreuses structures ont été créées (points focaux, comités, et, dans certains cas, plans d'action), mais comme l'a mis en garde un interlocuteur, « si nous en restons là, ce ne sera qu'un comité de plus sur le papier ». D'ici 2027, il ne suffira plus d'avoir mis en place des cadres institutionnels, il faudra démontrer qu'ils produisent des résultats concrets, y compris sur le terrain, qu'il s'agisse d'un environnement plus sûr lors des manifestations, de réponses judiciaires plus fermes ou de protections effectives contre le harcèlement.

Les deux ans et demi restants constituent donc une occasion décisive, non seulement de consolider ce qui a été construit, mais aussi d'approfondir, de cibler et d'animer l'existant. Des échanges renforcés entre pairs, un soutien adapté aux États les moins avancés, ainsi que des priorités thématiques clairement définies sont autant de moyens susceptibles d'assurer la pérennité de mécanismes évolutifs et véritablement opérationnels au terme de la campagne.

Parmi les indicateurs possibles de réussite, on peut citer :

- des comités qui se réunissent régulièrement et formulent des recommandations suivies d'effet ;
- des points focaux qui initient des échanges ou des visites entre pairs et rendent compte des enseignements tirés ;
- des protocoles de sécurité pour les manifestations adoptés et effectivement utilisés par les forces de police et les journalistes ;
- des autorités policières et judiciaires qui assurent un suivi réel des cas de violence à l'encontre des journalistes ;
- la reconduction des études de référence sur la sécurité des médias afin de mesurer l'évolution dans le temps ;
- une amélioration démontrable des indicateurs internationaux, tels que ceux du V-Dem Institute, ainsi qu'une diminution du nombre d'alertes publiées sur la Plateforme.

Il ne s'agit pas d'objectifs définitifs ; il appartiendra à Strasbourg et aux États membres de déterminer ce qui est à la fois réaliste et ambitieux. Ils illustrent néanmoins les types de résultats susceptibles de montrer que la campagne est allée au-delà du renforcement institutionnel pour produire une amélioration tangible de la sécurité des journalistes.

6 Conclusions

Enseignements tirés

La première moitié de la campagne « Les journalistes comptent » a fait apparaître plusieurs enseignements essentiels qui peuvent guider la phase suivante et éclairer les travaux futurs du Conseil de l'Europe en matière de sécurité des journalistes.

Le premier enseignement est qu'une structure légère, même dotée de ressources limitées, peut produire un véritable effet catalyseur. La création de points focaux et de comités a ainsi établi des points d'ancrage dans presque tous les États membres. Ces mécanismes, qui ont contribué à ouvrir des espaces de dialogue entre journalistes, services répressifs et institutions publiques, ont dans certains contextes, d'ores et déjà débouché sur des avancées concrètes, telles que l'adoption de protocoles de sécurité lors des manifestations ou un suivi plus rigoureux des attaques. Les parties prenantes ont régulièrement souligné que cette capacité de mise en réseau et de rassemblement constituait l'atout distinctif de la campagne.

Un deuxième enseignement est que les structures doivent être animées pour rester pertinentes. Les personnes interrogées ont averti que les comités risquaient de devenir « une simple réunion deux fois par an » en l'absence de priorités claires, de mécanisme de suivi ou d'un soutien politique. Il en va de même pour les points focaux : certains sont très actifs tandis que d'autres n'ont qu'un rôle symbolique. L'enseignement à en tirer est que la seule nomination ne suffit pas ; il faut un engagement régulier, un échange entre pairs et des résultats visibles pour maintenir la dynamique.

Troisièmement, la campagne a démontré l'intérêt de créer des passerelles entre les acteurs étatiques et la société civile. Les ateliers pratiques réunissant journalistes et services répressifs, ainsi que les échanges entre pairs grâce auxquels les acteurs nationaux apprennent les uns des autres, ont été systématiquement cités comme les activités les plus efficaces. La capacité d'un organisme intergouvernemental à offrir un cadre pour de tels dialogues, sans stigmatiser ni désigner de responsables, mais en favorisant la coopération, s'est révélée un atout déterminant. Il reste toutefois nécessaire de renforcer l'implication, non seulement des journalistes, mais aussi des propriétaires de médias qui, comme indiqué précédemment, constituent une catégorie de parties prenantes encore sous-représentée et pourtant essentielle.

Quatrièmement, un enseignement majeur concerne l'importance de la visibilité. Plusieurs interlocuteurs ont relevé que la notoriété de la campagne, y compris parmi les délégations présentes à Strasbourg, demeure limitée, ce qui en réduit l'influence potentielle. Des communications courtes et régulières pourraient contribuer à en renforcer l'impact.

Enfin, la campagne a mis en lumière la nécessité d'une approche plus systématique face aux menaces émergentes. Si certaines problématiques, telles que les poursuites abusives ou la sécurité lors des manifestations, ont déjà été traitées, d'autres préoccupations importantes ont été exprimées, notamment le harcèlement en ligne et la fragilité économique du journalisme.

Vision pour 2027 et au-delà

A l'avenir, le principal défi consistera à éviter que la campagne ne s'achève en 2027 avec des structures établies mais sans preuves tangibles d'un changement réel. Au terme de mandat de cinq ans, les

parties prenantes devraient pouvoir identifier non seulement des points focaux et des comités, mais également des résultats mesurables : des conditions de travail plus sûres lors des manifestations, un suivi judiciaire effectif des agressions, une réduction de l'impunité, des protections renforcées contre le harcèlement et des éléments montrant que l'apprentissage entre pairs a été effectivement transposé dans les pratiques nationales. L'objectif 5 de la campagne - améliorer concrètement la sécurité des journalistes sur le terrain - constitue à cet égard un critère de référence essentiel pour mesurer le succès global de l'initiative.

Dans le même temps, il importe de reconnaître que les atteintes à la liberté des médias ont des causes complexes et multiples : pressions politiques, climat public hostile, précarité des conditions de travail, faiblesses structurelles dans l'action des services répressifs et du système judiciaire, pour n'en citer que quelques-unes. La campagne ne peut résoudre l'ensemble de ces facteurs, et une détérioration ponctuelle des indicateurs de sécurité de la presse ne saurait être interprétée comme un échec. La campagne « Les journalistes comptent » peut réunir les États, les encourager à instaurer des structures de dialogue et de responsabilisation, et leur fournir des outils ainsi que des exemples concrets pour renforcer la protection. La mesure la plus déterminante de la réussite réside sans doute dans la capacité des États à mettre en place des cadres et des pratiques qui leur donnent les moyens de répondre plus efficacement aux défis qui se présentent.

Une vision crédible pour 2027 et au-delà pourrait reposer sur trois piliers :

1. Consolider et animer les structures

Veiller à ce que les points focaux et les comités fonctionnent comme de véritables mécanismes de coordination. Des réunions régulières, des échanges entre pairs et un travail thématique ciblé (par exemple sur le droit de la diffamation ou le harcèlement en ligne) seraient de nature à les maintenir mobilisés et à renforcer leur efficacité.

2. Produire des résultats concrets

Mettre l'accent sur un nombre restreint de thématiques pour lesquelles des progrès peuvent être démontrés dans plusieurs États. La sécurité lors des manifestations, la réponse judiciaire aux violences et les mesures contre les procédures abusives sont autant de pistes prometteuses. Des résultats visibles aideront à justifier la poursuite des investissements et à convaincre les États de l'intérêt de leur participation.

3. Préparer la continuité

Il serait bon que la campagne laisse derrière elle beaucoup plus qu'une structure temporaire. Une option consiste à évoluer vers un réseau permanent de points focaux, sur le modèle des réseaux existants du Conseil de l'Europe pour la police, les procureurs et les juges. Une autre option serait d'institutionnaliser la sécurité des journalistes dans le programme de travail régulier du Conseil de l'Europe, en y affectant du personnel spécialisé. Il est clair que confier la pérennité aux seuls États ferait courir le risque de perdre les progrès accomplis. Comme l'a résumé un participant, « Si Strasbourg se retire, la dynamique s'affaiblira progressivement ».

Dans le même temps, si les conclusions de cet examen montrent que la campagne peut, et doit, aller plus loin, il est tout aussi essentiel de reconnaître les limites de la capacité actuelle. Une très grande

partie des avancées réalisées repose sur une équipe du Secrétariat extrêmement réduite, composée en fait d'un seul membre du personnel à Strasbourg. La campagne a donc déjà atteint un niveau de réalisation remarquable par rapport aux ressources disponibles. Or cette situation crée une tension structurelle : d'une part, les parties prenantes voient clairement les possibilités d'étendre les activités ; de l'autre, le Secrétariat ne peut multiplier les initiatives sans personnel supplémentaire ou sans une définition plus précise des priorités. Si les ressources restent inchangées, le Secrétariat de la campagne devra faire des choix stratégiques pour concentrer son action là où son impact potentiel est le plus fort, tout en évitant que les formats efficaces existants ne soient affaiblis par une dispersion excessive.

Les éléments recueillis dans le cadre de cette évaluation montrent que les États, la société civile et le Conseil expriment une volonté claire de maintenir un engagement fort en faveur de la sécurité des journalistes au-delà de 2027. Pour le Conseil de l'Europe, il s'agit à la fois d'un défi et d'une opportunité : affirmer son rôle de référence européenne en matière de sécurité des journalistes et veiller à ce que les progrès accomplis depuis 2023 ne s'estompent pas, mais s'inscrivent durablement dans une architecture axée sur la protection de la liberté des médias.

Annexe A : Personnes interrogées et répondants à l'enquête (anonymes)

Personnes interrogées et répondants à l'enquête

Catégorie de parties prenantes	Personnes interrogées	Répondants à l'enquête	<i>Total</i>
État (agents publics)		12	12
État (Groupe d'Amis)	3		3
État (points focaux)	5		5
Société civile (partenaires de la plateforme)	4	3	7
Services répressifs		10	10
Autorités judiciaires		1	1
Régulateurs des médias	1	3	4
Personnel du Conseil de l'Europe	4	2	6
Journalistes		3	3
total	17	34	51

Annexe B : Méthodologie

Cette évaluation intermédiaire a combiné des méthodes qualitatives et quantitatives afin d'établir un tableau équilibré des progrès, des enjeux et des perspectives de la campagne « Les journalistes comptent » à mi-parcours de son cycle quinquennal. L'approche retenue se voulait à la fois participative et indépendante, de manière à refléter l'expérience de celles et ceux qui sont directement impliqués tout en maintenant le recul analytique nécessaire.

Collecte de données

L'étude s'appuie sur trois sources principales :

- 1) Des entretiens semi-structurés ont été réalisés entre août et octobre 2025 avec dix-sept parties prenantes. Les personnes interrogées représentaient les principaux groupes d'acteurs engagés dans la campagne : points focaux étatiques, agents du Conseil de l'Europe, membres du Groupe d'amis, organisations de la société civile, représentants des médias et experts indépendants. Les entretiens, qui ont été menés en respectant les principes énoncés dans un guide commun, ont néanmoins conservé la souplesse nécessaire au traitement approfondi des thèmes les plus pertinents pour chaque participant.
- 2) Une enquête a été diffusée simultanément à un groupe plus large de participants, notamment des points focaux et des partenaires de la société civile. Bien que le nombre total de réponses soit resté modeste, il s'est avéré suffisant et représentatif d'un échantillon assez diversifié de groupes pour produire des données exploitables et pertinentes. Outre la génération d'indicateurs quantitatifs (par exemple sur l'efficacité perçue ou la coordination), l'enquête a également apporté des informations qualitatives grâce aux champs de réponse libre. La majorité des répondants ont eu recours à ces espaces pour formuler des observations détaillées qui ont permis de contextualiser et d'approfondir les résultats quantitatifs.
- 3) Une analyse a porté sur l'examen de documents du Conseil de l'Europe, de comptes rendus de la campagne, de résolutions et recommandations pertinentes, ainsi que de supports destinés au public disponibles sur le site internet « Les journalistes comptent ».

Analyse

Les résultats issus de l'ensemble des sources ont été analysés au moyen d'un codage thématique fondé sur les critères d'évaluation standard du Conseil de l'Europe : pertinence, valeur ajoutée, efficacité, efficience, impact et durabilité. Les données provenant des entretiens et de l'enquête ont été comparées afin d'identifier les points de convergence ou de divergence entre les groupes de parties prenantes. Le cas échéant, des citations directes tirées des entretiens ont été utilisées pour illustrer les points clés ; elles ont été vérifiées par rapport aux transcriptions originales.

Anonymat et éthique

Afin d'encourager un retour d'information ouvert et franc, les personnes interrogées ont été informées que leur identité resterait confidentielle et qu'aucune déclaration individuelle ne serait attribuée dans le rapport final sans leur consentement explicite. Les citations sont présentées de manière anonyme et ne sont que très peu modifiées, par souci de clarté.

Limites

L'évaluation reflète un état des perceptions à mi-parcours de la campagne. Certains résultats escomptés, en particulier au niveau national, nécessitent davantage de temps pour se concrétiser. La mesure quantitative de l'impact demeure limitée en raison de l'absence d'indicateurs systématiques dans tous les États membres. Néanmoins, la triangulation de nombreuses sources de données fournit une base solide pour évaluer les progrès et identifier les priorités pour la deuxième phase de la campagne. Il convient de noter que le nombre de journalistes interviewés ou ayant répondu à l'enquête est très faible puisqu'il n'était que trois à se prêter à l'exercice, ce qui montre à quel point la visibilité de la campagne était faible au sein de ce groupe de parties prenantes. La participation de la société civile, y compris les syndicats de journalistes et les groupes représentatifs, remédie quelque peu à ce déficit de notoriété.

Annexe C : Enquête auprès des parties prenantes

Section 1 sur 26

Enquête auprès des parties prenantes : « Les journalistes comptent »

Vous êtes invité(e) à contribuer à l'examen à mi-parcours de [la campagne « Les journalistes comptent »](#), l'initiative phare du Conseil de l'Europe en matière de sécurité des journalistes.

Lancée en octobre 2023, cette campagne vise à promouvoir la liberté de la presse et à protéger les journalistes contre la violence, les menaces et le harcèlement, tout en renforçant la [mise en œuvre de la Recommandation du Conseil de l'Europe de 2016 sur la protection du journalisme et la sécurité des journalistes et autres acteurs des médias](#).

Cet examen vise à évaluer la pertinence, la visibilité et l'efficacité de la campagne à ce jour, ainsi qu'à recueillir les avis des principales parties prenantes. Vos commentaires nous aideront à comprendre l'impact de la campagne jusqu'à présent, à identifier les domaines d'amélioration et à orienter les futures actions destinées à garantir un environnement sûr et propice au journalisme en Europe. Ce questionnaire vous prendra entre 10 et 45 minutes, selon la longueur de vos réponses (l'enquête combine des questions à choix multiples et des questions ouvertes). Si vous préférez participer à un entretien plutôt que répondre par questionnaire, veuillez envoyer un e-mail au consultant chargé de l'évaluation, Peter Noorlander, à l'adresse peter.noorlander@globalrightshub.com. Vous pouvez également écrire à Peter si vous avez des questions ou rencontrez des difficultés pour remplir le questionnaire.

Si vous n'êtes pas la personne la plus à même de répondre à ce questionnaire au sein de votre organisation, ou si vous souhaitez qu'un(e) collègue y réponde également afin d'apporter son point de vue, n'hésitez pas à partager le lien avec la personne appropriée.

Toutes les réponses seront traitées de manière confidentielle, stockées en toute sécurité et utilisées uniquement aux fins de cette étude. Les données personnelles collectées via ce formulaire ne seront pas communiquées à des tiers sans votre autorisation (une question relative au consentement figure à la fin du questionnaire). Toutes les données personnelles seront supprimées de manière sécurisée dès qu'elles ne seront plus nécessaires aux fins de l'étude, conformément aux lois applicables en matière de protection des données.

Après la section 1

Section 2 sur 26

Section A : À propos de vous

Votre nom (vous pouvez répondre de manière anonyme si vous le souhaitez)

Organisation

Groupe de parties prenantes

*

Autre :

Pays ou pays d'activité (si vous êtes actif dans l'ensemble de la région du Conseil de l'Europe, veuillez cocher « Tous les États membres du Conseil de l'Europe »)

*

Après la section 2

Section 3 sur 26

Section A : À propos de vous

Votre nom (vous pouvez répondre de manière anonyme si vous le souhaitez)

Organisation

Groupe de parties prenantes

*

Autre :

Pays ou pays d'activité (si vous êtes actif dans l'ensemble de la région du Conseil de l'Europe, veuillez cocher « Tous les États membres du Conseil de l'Europe »)

*

Après la section 3

Section 4 sur 26

Section B : Déclarations d'opinion

Dans les pages suivantes, vous trouverez une série de déclarations.

Pour chacune d'entre elles, indiquez si vous êtes d'accord, en désaccord, neutre ou si vous ne savez pas / n'avez pas d'opinion.

Si vous cochez « d'accord », « pas d'accord » ou « neutre », vous aurez la possibilité d'ajouter un commentaire pour expliquer votre réponse.

Si vous cochez « Je ne sais pas / Je n'ai pas d'opinion », vous passerez automatiquement à l'énoncé suivant.

Il y aura onze déclarations, suivies de trois questions ouvertes.

Après la section 4

Section 5 sur 26

La campagne aborde les priorités urgentes en matière de sécurité des journalistes.

*

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

Après la section 5

Section 6 sur 26

Veillez développer votre réponse à la question précédente (la campagne aborde les priorités urgentes en matière de sécurité des journalistes). Si votre travail couvre plusieurs pays et que votre réponse ne s'applique qu'à certains d'entre eux ou varie d'un pays à l'autre, veuillez le préciser clairement dans votre réponse.

Après la section 6

Section 7 sur 26

Grâce à cette campagne, le Conseil de l'Europe a apporté une valeur ajoutée unique aux initiatives existantes en faveur de la sécurité des journalistes.

*

Après la section 7

Section 8 sur 26

Veillez développer votre réponse à l'affirmation précédente (selon laquelle la campagne du Conseil de l'Europe a apporté une valeur ajoutée unique aux initiatives existantes en faveur de la sécurité des journalistes). Si votre travail couvre plusieurs pays et que votre réponse ne s'applique qu'à certains d'entre eux ou varie d'un pays à l'autre, veuillez le préciser dans votre réponse.

Après la section 8

Section 9 sur 26

Un plan d'action efficace pour la sécurité des journalistes – ou un plan similaire – a été adopté dans le ou les pays où je travaille.

*

Après la section 9

Section 10 sur 26

Veuillez développer votre réponse à la question précédente (un plan d'action efficace pour la sécurité des journalistes ou un plan similaire a été adopté dans le ou les pays où je travaille). Si votre travail s'étend sur plusieurs pays et que votre réponse ne s'applique qu'à certains d'entre eux ou varie d'un pays à l'autre, veuillez le préciser dans votre réponse.

Après la section 10

Section 11 sur 26

Un comité national pour la sécurité des journalistes – ou un comité ou groupe de travail similaire composé de diverses parties prenantes – a été créé ou existe dans le ou les pays où je travaille.

*

Après la section 11

Section 12 sur 26

Veuillez développer votre réponse à la question précédente (existence ou création d'un comité national ou d'un groupe de travail multipartite sur la sécurité des journalistes dans le ou les pays où je travaille). Si votre travail couvre plusieurs pays et que votre réponse ne s'applique qu'à certains d'entre eux ou varie d'un pays à l'autre, veuillez le préciser dans votre réponse.

Après la section 12

Section 13 sur 26

Au cours des deux dernières années, le cadre juridique et réglementaire national relatif à la sécurité des journalistes s'est amélioré, soit par l'adoption de nouvelles lois, soit par la modification de lois existantes.

*

Après la section 13

Section 14 sur 26

Veuillez développer votre réponse à l'affirmation précédente (amélioration du cadre juridique et réglementaire relatif à la sécurité des journalistes au cours des deux dernières années). Si votre travail

couvre plusieurs pays et que votre réponse ne s'applique qu'à certains d'entre eux ou varie d'un pays à l'autre, veuillez le préciser dans votre réponse.

Après la section 14

Section 15 sur 26

L'application des lois protégeant la sécurité des journalistes s'est améliorée, par exemple grâce à des enquêtes et des poursuites plus efficaces concernant les infractions commises à leur encontre.

*

Après la section 15

Section 16 sur 26

Veuillez développer votre réponse à l'affirmation précédente (amélioration de l'application des lois protégeant la sécurité des journalistes, notamment via des enquêtes et poursuites plus efficaces). Si votre travail couvre plusieurs pays et que votre réponse ne s'applique qu'à certains d'entre eux ou varie d'un pays à l'autre, veuillez le préciser dans votre réponse.

Après la section 16

Section 17 sur 26

Les résultats de la campagne sont durables.

*

Après la section 17

Section 18 sur 26

Veuillez développer votre réponse à l'affirmation précédente (durabilité des résultats de la campagne). Si votre travail couvre plusieurs pays et que votre réponse ne s'applique qu'à certains d'entre eux ou varie d'un pays à l'autre, veuillez le préciser dans votre réponse.

Après la section 18

Section 19 sur 26

La campagne a traité efficacement, ou traite efficacement, les risques auxquels sont confrontées les femmes journalistes.

*

Après la section 19

Section 20 sur 26

Veillez développer votre réponse à la question précédente (prise en compte des risques spécifiques auxquels sont confrontées les femmes journalistes). Si votre travail couvre plusieurs pays et que votre réponse ne s'applique qu'à certains d'entre eux ou varie d'un pays à l'autre, veuillez le préciser dans votre réponse.

Après la section 20

Section 21 sur 26

Depuis le lancement de la campagne, le dialogue entre les journalistes, les médias et les acteurs de la société civile, d'une part, et les forces de l'ordre, le pouvoir judiciaire et les fonctionnaires, d'autre part, s'est amélioré.

*

Après la section 21

Section 22 sur 26

Veillez développer votre réponse à l'affirmation précédente (évolution du dialogue entre journalistes, médias, société civile et autorités publiques depuis le lancement de la campagne). Si votre travail couvre plusieurs pays et que votre réponse ne s'applique qu'à certains d'entre eux ou varie d'un pays à l'autre, veuillez le préciser dans votre réponse.

Après la section 22

Section 23 sur 26

La campagne a considérablement sensibilisé la société à l'importance de protéger la sécurité des journalistes.

*

Après la section 23

Section 24 sur 26

Veuillez développer votre réponse à l'affirmation précédente (sensibilisation accrue du public à l'importance de protéger la sécurité des journalistes). Si votre travail couvre plusieurs pays et que votre réponse ne s'applique qu'à certains d'entre eux ou varie d'un pays à l'autre, veuillez le préciser dans votre réponse.

Après la section 24

Section 25 sur 26

Veuillez répondre de manière succincte aux questions suivantes :

Depuis le lancement de la campagne en 2023, quel est le changement le plus significatif que vous avez observé en matière de sécurité des journalistes ?

Si votre travail couvre plusieurs pays et que votre réponse ne s'applique qu'à certains d'entre eux ou varie d'un pays à l'autre, veuillez le préciser clairement dans votre réponse.

Selon vous, quels obstacles subsistent à la protection de la sécurité des journalistes, et quel rôle la campagne pourrait-elle jouer pour y remédier ? Si votre travail couvre plusieurs pays et que votre réponse ne s'applique qu'à certains d'entre eux ou varie d'un pays à l'autre, veuillez le préciser clairement dans votre réponse.

Selon vous, quelles activités – ou quel type d'activités – ont eu le plus d'impact, et pourquoi ? Si votre travail couvre plusieurs pays et que votre réponse ne s'applique qu'à certains d'entre eux ou varie d'un pays à l'autre, veuillez le préciser dans votre réponse.

Après la section 25

Section 26 sur 26

Consentement :

Si nous citons votre réponse dans le rapport d'évaluation ou dans des documents connexes, comment préférez-vous qu'elle soit attribuée ?

