

MediaPro

PROMOUVOIR L'INFORMATION PROFESSIONNELLE

REGLEMENT INTERIEUR

Adopté par l'Assemblée générale constitutive du jeudi 10 septembre 1998

modifié par décision des Assemblées générales extraordinaires
du 3 février 2011 et du 20 septembre 2017

L'Assemblée Générale de MediaPro a fixé lors de sa réunion du 10 septembre 1998 et a modifié lors de ses Assemblées générales extraordinaires du 3 février 2011 et du 20 septembre 2017 ainsi qu'il suit les dispositions du règlement intérieur interprétant ou complétant les dispositions des statuts.

ARTICLE 1 - CONFORMITE A L'ARTICLE 2 DES STATUTS :

Le contrôle de la conformité des publications des membres de MediaPro aux dispositions des statuts et du présent règlement intérieur sera réitéré pour chaque publication tous les deux ans.

ARTICLE 2 - CANDIDATURES :

Les dossiers de candidature à la qualité de membre des collèges de presse de l'association devront être composés des documents suivants :

- la liste des publications papier et/ou en ligne concernées par l'adhésion et des autres titres publiés par l'éditeur,
- une fiche de renseignements
- le nom des principaux associés et une copie des statuts de la société,
- une copie du certificat d'inscription à la C.P.P.A.P. pour les publications papier,
- les quatre derniers numéros de la publication papier ou les codes d'accès pour une publication en ligne

Les dossiers de candidature à la qualité de membre du collège personnalités de l'association devront être composés des documents suivants :

- une lettre de motivation
- un résumé de carrière
- éventuellement, la plaquette ou document de présentation de la société dans laquelle la personnalité travaille

Chaque dossier de candidature devra être adressé à la commission d'admission par lettre recommandée avec accusé de réception.

La commission d'admission pourra demander tout document ou information complémentaire qu'elle estimera nécessaire à l'accomplissement de sa mission.

ARTICLE 3 - NOTIFICATION DES ADMISSIONS OU EXCLUSIONS :

L'avis du Conseil d'Administration sur les demandes d'adhésion ou sur les exclusions sera porté à la connaissance du candidat ou du membre exclu par lettre recommandée avec accusé de réception.

ARTICLE 4 - COTISATIONS :

Chaque adhérent s'engage à verser une cotisation annuelle payable dès l'adhésion ou dès l'appel de cotisation. En tout état de cause toute cotisation non réglée à la fin de l'exercice entraînera la radiation.

- pour les adhérents du syndicat de la presse professionnelle (SP PRO) membre de la F.N.P.S. (Fédération Nationale de la Presse d'information Spécialisée) : leur part syndicale pourra être versée à MediaPro.
- pour les adhérents d'un autre syndicat de la F.N.P.S.(Fédération Nationale de la Presse d'information Spécialisée), pour les adhérents non membres de la F.N.P.S. et pour les personnalités : les cotisations sont fixées par le Conseil d'Administration en même temps que le budget.

Il est expressément convenu et décidé que les cotisations sont dues par publication et non pas par éditeur.

Annexe au Règlement Intérieur de MediaPro

Charte des Publications en ligne de MediaPro

Préambule :

Une publication de presse en ligne doit être entendue comme un service d'information et de formation par voie électronique, réalisé dans le cadre d'activités journalistiques et sous la responsabilité d'un éditeur. Son objet principal consiste à mettre à la disposition de professionnels, de façon périodique et régulière, un mode écrit de diffusion d'informations présentant un lien avec l'actualité et ne constituant pas un outil de promotion ou un accessoire d'une activité industrielle ou commerciale.

Conditions d'admission

➡ **Une publication de presse en ligne présentant un lien avec l'actualité, appréciée au regard de l'objet du service, doit remplir les conditions suivantes :**

- 1 ▪ Avoir un caractère d'intérêt général quant à la diffusion de la pensée ; instruction, éducation, information, récréation du public,
- 2 ▪ Mettre de façon continue à la disposition du public un contenu présentant un lien avec l'actualité et ayant fait, à l'initiative de l'éditeur, l'objet d'un traitement journalistique,
- 3 ▪ Consacrer un maximum de 50% de ses écrans à des services de promotion commerciale ou d'annonces, et permettre à toute publicité accessible d'être clairement identifiée comme telle,
- 4 ▪ Être mis à jour de façon régulière avec une fréquence permettant à l'utilisateur de disposer d'une formation fiable au regard de l'objet du service ; l'utilisateur doit être informé de la dernière date de mise à jour des contenus qui lui sont proposés,
- 5 ▪ Avoir un modèle d'élaboration des contenus et de mise à disposition conforme aux règles déontologiques communément observées par la presse,
- 6 ▪ Être édité par une personne physique inscrite au registre du commerce et de sociétés ou par une personne morale de droit privé dont les statuts doivent prévoir explicitement une mission d'information à l'égard du public : peuvent également être admis les sites édités par les EPIC (Etablissements et Entreprises Publiques à caractère Industriel et Commercial) ayant à titre principal une mission d'information à l'égard du public ;
- 7 ▪ Faire l'objet d'une vente effective au public, à la consultation ou par abonnement, à un prix ayant un lien réel avec les coûts, sauf exception devant faire l'objet d'une décision du conseil d'administration
- 8 ▪ Satisfaire aux obligations légales et aux règlements applicables à la presse et à la communication en ligne, notamment en matière de responsabilité éditoriale, de transparence, d'information du public et de respect du droit de la concurrence.

☹ **Malgré les apparences qu'il pourrait présenter, un service de presse en ligne ne doit être assimilable à aucun des services en lignes visés par les catégories suivantes :**

- 1 ▪ Services de communication en ligne ayant pour objet principal la recherche ou le développement des transactions d'entreprises commerciales, industrielles bancaires, d'assurances ou d'autres nature dont elles sont en réalité les instruments de publicité ou de communication, ou qui apparaissent comme étant l'accessoire d'une activité commerciale ou industrielle,
- 2 ▪ Services de communication en ligne essentiellement consacrés aux jeux, à la convivialité (forum, chat...) ou aux échanges entre utilisateurs (petites annonces),
- 3 ▪ Services constituant à titre principal des moteurs de recherche, annuaires et/ou catalogues en lignes, portails de fournisseurs d'accès,
- 4 ▪ Services relevant de la correspondance privée.

Le 20/09/17