

► Notre adresse pour vos questions/Unsere Adresse für Ihre Fragen: medialex, Postfach 1456, 6301 Zug.

nen ähnlichen Gesamtarbeitsvertrag haben? Journalist ist ja kein geschützter Beruf.

**Q** Je suis le chef de l'information d'une importante entreprise suisse. Prochainement, mon employeur va fusionner avec un concurrent allemand. Pour des raisons stratégiques, il n'y aura pas de communiqué de presse annonçant le «mariage». Cela dit, j'ai prévu que mon directeur dévoile les tenants et les aboutissants de cette fusion lors d'un interview avec un journaliste de confiance d'une revue économique de Suisse romande. Ai-je agi correctement?

**R** Oui et non. Tout dépend en effet de savoir si votre entreprise est une société anonyme cotée en bourse. Si tel n'est pas le cas, vous êtes parfaitement en droit de privilégier un média en lui accordant l'exclusivité des informations sur une prochaine fusion. Mais si votre entreprise a été admise en bourse, vous avez fait tout faux! Aux termes de l'article 72 du Règlement des cotations (disponible sur le site [www.swx.ch](http://www.swx.ch)), vous êtes obligé de traiter tous les médias sur un plan d'égalité sitôt que l'information en jeu est de nature à influencer notablement le cours des actions de votre société, autrement dit si elle «risque d'entraîner des fluctuations de cours nettement supérieures à la moyenne». La pratique de la Commission fédérale des banques fait entrer dans cette catégorie les acquisitions de sociétés, les mesures de restructuration, le départ de cadres supérieurs et bien entendu les fusions. Le respect du principe d'égalité est lié à la volonté d'assurer une information exhaustive et simultanée de tous les investisseurs et, partant, d'éviter mouvements spéculatifs et manipulations de marchés. La sanction de ces règles strictes sur la publicité dite événementielle est sérieuse: votre entreprise risque de se voir exclure de la bourse.

**F** Ich arbeite nebenamtlich bei einer kleinen, ein Jahr alten Lokalzeitung. Dort sagte ich den anderen Journalisten, dass es eine innere Pressefreiheit (der Redaktion gegenüber dem Medienunternehmen) gebe, konnte aber nicht sagen, in welchem Gesetzesartikel dies genau geregelt ist. Nach kurzer Suche fand ich, dass die Thematik in einem Gesamtarbeitsvertrag geregelt ist. Sind also alle Journalistinnen und Journalisten durch die innere Pressefreiheit geschützt oder nur diejenigen, die ei-



Regeln über die innere Pressefreiheit sind allenfalls in Gesamtarbeitsverträgen festgehalten. Ein Gesamtarbeitsvertrag ist ein Vertrag zwischen dem Arbeitgeberverband der betreffenden Branche mit den Arbeitnehmerorganisationen (Gewerkschaften). Er gilt grundsätzlich nur für Unternehmen, die dem Arbeitgeberverband angehören. In Bezug auf die deutsche Schweiz war die Thematik in den Art. 37-42 des Gesamtarbeitsvertrags 2000 für Journalistinnen und Journalisten und das technische Redaktionspersonal vom 1.5.2000 zwischen dem Verband Schweizer Presse und den Mediengewerkschaften Comedia und Impressum geregelt. Dieser Gesamtarbeitsvertrag ist allerdings gekündigt worden, so dass ein vertragsloser Zustand besteht. Als dieser Gesamtarbeitsvertrag noch in Kraft war, kam es somit darauf an, ob ein Medienunternehmen dem Verlegerverband (im konkreten Fall dem Verband Schweizer Presse) angehört oder nicht. Vor vielen Jahren, als die innere Pressefreiheit erstmals in einem Gesamtarbeitsvertrag eingeführt wurde, gab es Verleger, die aus dem Verlegerverband ausgetreten sind, weil sie sich dem GAV nicht unterziehen wollten, nicht zuletzt wegen der inneren Pressefreiheit. Die Idee, die Thematik gesetzlich (im Obligationenrecht) zu regeln, liess sich nicht durchsetzen. Kommunikationspolitischer Hintergrund der Regelungen über die innere Pressefreiheit ist die Überlegung, durch eine Meinungsvielfalt innerhalb der einzelnen Presseerzeugnisse ein Gegengewicht gegen die Allmacht der Verleger zu schaffen. Es geht um die Vielfalt in der Presse (im Unterschied zur Vielfalt der Presse, wo Vorkehrungen gegen die zunehmende Pressekonzentration zur Diskussion stehen).



**Q** Un chimiste cantonal, alerté par une publicité parue dans un hebdomadaire concernant un produit d'amaigrissement, a décidé de déposer plainte contre le responsable des annonces de l'hebdomadaire en question, pour violation de la législation sur les denrées alimentaires. Est-ce correct?



**R** Non, à moins que le chimiste cantonal, préalablement, ait tout entrepris pour découvrir le nom de l'auteur de la publicité en question et qu'il ait échoué dans ses démarches. L'art. 27 du Code pénal qui règle la responsabilité des médias s'applique non seulement aux infractions relevant du Code pénal, mais à toutes les infractions pénales. Il prévoit que l'auteur seul est punissable (al. 1<sup>er</sup>). C'est seulement lorsque l'auteur n'a pu être découvert qu'on pourra s'en prendre au rédacteur responsable ou au responsable de la publication (al. 2).