



**SYNTEC Conseil
en Relations Publics**

Charte éthique

des professionnels de la communication de crise

Les principes édictés dans cette charte guident le professionnel de la communication de crise dans l'accomplissement de ses missions

1. Statut

Le communicant doit justifier d'un savoir-faire dans le domaine de la communication de crise.

2. Engagements

2.1. Le communicant exerce sa mission avec dignité, conscience, indépendance, probité et humanité.

2.2. Il fait preuve, à l'égard de ses clients et de ses collaborateurs, de compétence, de dévouement, de diligence et de prudence.

2.3. Lorsqu'il a des raisons de suspecter une opération ayant pour objet ou pour résultat la commission d'une infraction, le communicant doit immédiatement s'efforcer d'en dissuader son client. A défaut d'y parvenir, il doit se retirer du dossier.

2.4. Le communicant s'engage à ne diffuser aucune information qu'il soupçonne fausse ou trompeuse aux parties prenantes (politique, médiatiques, judiciaires, administratives ou associatives...) avec lesquelles il pourrait être en contact dans l'accomplissement de sa mission.

3. Devoirs

3.1. Dans le cadre de ses missions liées à la communication de crise, le communicant est tenu au secret professionnel.

3.2. Le communicant doit faire respecter le secret par tous ses collaborateurs et par toute personne qui coopère avec lui. Il répond des violations du secret qui seraient ainsi commises.

3.3. Le communicant s'engage à ne pas utiliser à des fins commerciales ou à d'autres fins extérieures à la mission, des documents qu'il aurait pu collecter dans le cadre de sa mission.

3.4. Sauf accord des parties, le communicant ne peut être le conseil de plus d'un client dans une même affaire s'il y a conflit entre les intérêts de ses clients ou s'il existe un risque sérieux d'un tel conflit.



.../...

4. Droits

- 4.1. Dans le cadre de ses missions liées à la communication de crise, le communicant se prévaut du secret professionnel.
- 4.2. Le secret professionnel couvre toutes formes de communication (voix, mail, documents papier...) et le communicant ne peut être contraint, sauf demande judiciaire, à divulguer la source de ses informations recueillies dans le cadre de sa mission.
- 4.3. Sous réserve des strictes exigences de sa propre défense devant toute juridiction et des cas de déclaration ou de révélation prévues ou autorisées par la loi, le communicant ne peut commettre aucune divulgation contrevenant au secret professionnel.

5. Publicité

- 5.1. Le communicant dispose du droit de publicité sur son activité tout en s'engageant à ne pas divulguer publiquement (par voie de presse par exemple) d'informations sans l'accord préalable des parties concernées.
- 5.2. Il s'engage à ne pas publiquement dénigrer un client, un client d'un autre cabinet ou un concurrent.

6. Refus de client

- 6.1. Le communicant peut faire valoir une clause de conscience et refuser de collaborer, même à titre gratuit, avec des clients privés ou publics ayant été condamnés de façon notoire pour les crimes contre des personnes (viol, torture, esclavage, meurtre, génocide, crime contre l'humanité) ou contre un état (complot, attentat, crime contre la sûreté de l'État, intelligence avec une puissance étrangère, trahison, espionnage, désertion).
- 6.2. Il s'engage à ne s'associer à aucune opération qui, sous couvert de promouvoir certains intérêts légitimes, tendrait délibérément à en promouvoir d'autres de manière clandestine.