

The “IPRA Code of Conduct”

Le “Code de Conduite de l’IPRA”

Adopté en 2011, le code de conduite de l’IPRA est une affirmation par les membres de l’International Public Relations Association d’une conduite professionnelle et éthique ainsi qu’une recommandation pour les professionnels des relations publics dans le monde entier.

Ce code consolide le Code de Venise de 1961, le Code d’Athènes de 1965 ainsi que le Code de Bruxelles de 2007.

(a) Rappelant la Charte des Nations Unies qui s’attache à « réaffirmer la foi en les droits fondamentaux de l’homme et dans la dignité et la valeur de la personne humaine.»

(b) Rappelant la « Déclaration Universelle des Droits de l’Homme » de 1948 et notamment son Article 19.

(c) Rappelant que les relations publics, en favorisant le libre flux d’information, contribuent à l’intérêt de l’opinion publique.

(d) Rappelant que la conduite des relations publics ou des affaires publiques est un élément essentiel de représentation démocratique pour les autorités.

(e) Rappelant que les professionnels des relations publics, à travers leurs capacités à communiquer à grande échelle, possèdent une capacité d’influence qui doit être inspirée par l’observation d’un code de conduite professionnel et éthique.

(f) Rappelant que les réseaux de communication tels qu’Internet et autres médias numériques sont des canaux sur lesquels des informations erronées ou trompeuses peuvent être largement répandues sans être remises en cause, exigeant ainsi une attention particulière des professionnels des relations publics afin de maintenir la confiance et la crédibilité.

(g) Rappelant que l’Internet et autres médias numériques requièrent une attention particulière à l’égard du respect de la vie privée des individus, des clients, des employeurs et des collègues.

Dans la conduite des relations publics, les professionnels devront s’engager sur les points suivants :

1. Respect

Respecter les principes de la Charte des Nations Unies et la Déclaration Universelle des Droits de l’Homme.

2. Intégrité

Agir avec honnêteté et intégrité à chaque instant afin d’obtenir et conserver la confiance de ceux avec lesquels les professionnels sont en contact.

3. Dialogue

Rechercher à établir les conditions morales et intellectuelles du dialogue et reconnaître les droits des parties en présence à exposer leurs cas et exprimer leurs vues.

4. Transparence

Etre ouvert et transparent en déclarant leur nom, celui de leur organisation et les intérêts qu’ils représentent.

5. Conflit

Eviter tout type de conflit d'intérêt professionnel et les divulguer aux parties concernées lorsque de tels conflits se produisent.

6. Confidentialité

Honorer l'information confidentielle qui leur est transmise.

7. Véracité

Prendre toutes les mesures raisonnables pour s'assurer de la véracité et de l'exactitude des informations fournies.

8. Mensonge

Faire tous les efforts possibles pour ne pas disséminer intentionnellement des informations fausses ou trompeuses, prendre un soin particulier pour éviter de le faire à son insu et corriger rapidement tout acte de ce type.

9. Tromperie

Ne pas obtenir d'information par des moyens trompeurs ou malhonnêtes.

10. Divulgarion

Ne pas créer ou utiliser une organisation pour servir une cause publique mais qui en réalité est au service d'intérêts non divulgués.

11. Profit

Ne pas vendre à des tiers et pour du profit des copies de documents obtenues des autorités.

12. Rémunération

Tout en fournissant un service professionnel, ne pas accepter de qui que ce soit d'autre forme de paiement en relation avec ce service.

13. Incitation

Ni directement ni indirectement offrir ou donner de gratification financière ou autre à des représentants du public, aux médias ou à toute autre partie prenante.

14. Influence

Ne pas proposer ou entreprendre d'action qui constituerait une influence inappropriée sur des représentants du public, des médias ou toute autre partie prenante.

15. Concurrents

Ne pas faire injure intentionnelle à la réputation d'un autre professionnel.

16. Concurrence déloyale

Ne pas chercher à gagner des clients d'un autre professionnels par des méthodes déloyales.

17. Emploi

En cas d'emploi de personnel venant des pouvoirs publics ou de concurrents, prendre soin de respecter les règles et les exigences de confidentialités inhérentes à ces organisations.

18. Collègues

Observer ce code avec respect vis à vis des autres membres de l'IPRA et des professionnels des relations publiques dans le monde.

Les membres de l'IPRA devront, en confirmant leur adhésion à ce Code, s'engager à respecter et aider à appliquer les procédures disciplinaires de l'International Public Relations Association en cas de non violation de ce code.

