

CODE DE LISBONNE
Assemblée Générale de la
Confédération Européenne des Relations Publiques
Lisbonne, 1978

VERSION DE LA SOCIÉTÉ SUISSE DES RP

Chapitre 1

Critères et normes de qualification professionnelle des personnes liées par le Code

Article 1

Est considéré comme professionnel de relations publiques aux termes du présent Code - et Lié d'office par lui - tout membre de la Société Suisse de Relations Publiques admis par elle comme tel conformément à ses critères.

Chapitre 2

Obligations professionnelles générales

Article 2

Dans la pratique de sa profession, le professionnel de relations publiques s'engage à respecter les principes énoncés dans la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme et en particulier La liberté d'expression et la liberté de la presse qui concrétisent le droit de chacun à l'information. Il s'engage également à agir conformément à l'intérêt général et à ne porter atteinte ni à la dignité ni à l'intégrité de l'individu.

Article 3

Dans son comportement professionnel, le professionnel de relations publiques doit faire preuve d'honnêteté, de probité intellectuelle et de loyauté. Il s'engage notamment à bannir tous Commentaires et informations qui, à sa connaissance ou appréciation, sont mensongers ou trompeurs. Dans cet esprit, il doit veiller à éviter l'usage, même accidentel, de pratiques ou de moyens incompatibles

avec le présent Code.

Article 4

Les actions de relations publiques doivent s'exercer au grand jour; elles doivent être aisément identifiables, porter une mention claire d'origine et éviter d'induire les tiers en erreur.

Article 5

Dans ses relations avec d'autres professions et d'autres branches de la communication sociale, le professionnel de relations publiques doit respecter les règles et les usages professionnels propres à chacune d'entre elles, dans la mesure où ceux-ci ne sont pas incompatibles avec l'éthique de sa profession. Le praticien de relations publiques doit respecter le Code national et les lois en vigueur dans tout pays où il peut être amené à exercer sa profession. Il veillera dans la recherche de publicité personnelle à l'exigence de discrétion.

Chapitre 3

Obligations professionnelles spécifiques Vis-à-vis des mandants

Article 6

Sauf accord formel des mandants concernés, il est interdit au professionnel de relations publiques de représenter des intérêts contradictoires ou concurrents.

Article 7

Dans la pratique de sa profession, le professionnel de relations publiques est tenu à la plus stricte discrétion. Il doit respecter scrupuleusement le secret professionnel et s'abstenir en particulier de révéler toute information confidentielle qu'il détiendrait de ses clients ou employeurs, passés, présents ou potentiels, ou d'en faire usage sans en avoir obtenu expressément l'autorisation.

Article 8

Le professionnel de relations publiques qui

détiendrait des intérêts qui pourraient entrer en conflit avec ceux de son client ou employeur doit les révéler aussitôt que possible.

Article 9

Le professionnel de relations publiques s'interdit de recommander à ses clients ou employeurs les services d'une affaire ou organisation dans laquelle il détiendrait des intérêts financiers, commerciaux ou autres sans avoir révélé au préalable l'existence de tels intérêts.

Article 10

Il est interdit au professionnel de relations publiques de conclure avec un client ou employeur un contrat avec garantie de résultats quantifiés.

Article 11

Pour ses services, le professionnel de relations publiques ne peut accepter de rémunérations que sous la forme de salaires ou d'honoraires; il lui est interdit d'accepter tous paiements ou autres compensations matérielles, qui seraient automatiquement liés à des résultats professionnels quantitatifs.

Article 12

Il est en outre interdit au professionnel de relations publiques d'accepter, pour ses services à un client ou à un employeur, sauf avec l'accord de ceux-ci, des rémunérations provenant de tiers, tels que pourcentages, commissions ou prestations en nature.

Article 13

Lorsque l'exécution d'un mandat est susceptible d'entraîner des manquements professionnels graves et d'impliquer une conduite contraire aux principes de ce Code, le professionnel de relations publiques doit veiller à en aviser immédiatement son mandant et mettre tout en oeuvre pour obtenir de ce dernier qu'il respecte les règles déontologiques de la

profession.

Si le mandant persiste dans ses intentions, le professionnel doit toujours observer le Code, sans égard aux conséquences pour lui-même.

Vis-à-vis de l'opinion publique et des organes d'information

Article 14

L'esprit de ce Code et les règles qui précèdent, notamment les articles 2, 3, 4 et 5, impliquent de la part du professionnel de relations publiques le souci constant du droit à l'information et du devoir d'informer, dans les limites du secret professionnel, et le respect des droits et de l'indépendance des organes d'information.

Article 15

Toute tentative visant à tromper l'opinion publique ou ses représentants est proscrite. Les informations doivent être fournies gratuitement et sans aucune contrepartie clandestine pour leur usage ou publication.

Article 16

S'il apparaît nécessaire de garder l'initiative et le contrôle de la diffusion d'une information conforme aux spécifications du présent Code, le professionnel de relations publiques peut recourir à l'achat d'espace ou de temps en se conformant aux règles, pratiques et usages en cette matière.

Vis-à-vis des confrères

Article 17

Le professionnel de relations publiques s'interdit toute concurrence déloyale vis-à-vis de ses confrères ; il doit également s'abstenir de tout acte ou de toute parole qui tendrait à déprécier la réputation ou les prestations d'un confrère, sans préjudice de l'Article 19b de ce Code.

Vis-à-vis de la profession

Article 18

Le professionnel de relations publiques doit

s'abstenir
de toute pratique pouvant porter préjudice à la
réputation de sa profession. Il s'interdit en
particulier
de porter atteinte, par des attaques déloyales
ou par la violation de ses statuts et de ses
règlements
d'ordre intérieur, à l'existence même, au bon
fonctionnement et au bon renom de la Société
Suisse de Relations Publiques.

Article 19

La préservation de l'image de la profession étant de
la responsabilité de chacun, le professionnel de
relations
publiques a le devoir moral non seulement de
respecter lui - même le présent Code mais encore :
a) de participer personnellement à sa diffusion et à
sa bonne connaissance et interprétation,
b) de signaler aux autorités disciplinaires
compétentes
les violations effectives ou suspectées dont il
aurait connaissance, et
c) de contribuer dans la mesure de ses moyens à
l'exécution des sentences ainsi qu'à l'application
des
sanctions prononcées ou décidées par les dites
autorités.