



Code de Lisbonne

adopté à Lisbonne le 16 avril 1978, amendé le 13 mai 1989.

Code d'éthique européen des relations publiques

Chapitre 1

Critères et normes de qualifications professionnelles des personnes liées par le Code.

Art. 1

Est considéré comme professionnel de relations publiques aux termes du présent Code - et lié d'office par lui - tout membre de (association nationale) admis par elle comme tel conformément à ses critères ou à ceux établis soit par la loi soit par des réglementations officielles nationales.

Chapitre 2

Obligations professionnelles générales

Art. 2

Dans la pratique de sa profession, le professionnel des 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.

Art. 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.

Art. 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.

Art. 5

Dans ses relations avec d'autres professionnels et d'autres branches de la communication sociale, le professionnel de relations publiques doit respecter les

règles et 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 veille à l'existence de discrétion dans la recherche de publicité personnelle.

Chapitre 3

Obligations professionnelles spécifiques

Vis-à-vis des mandants

Art. 6

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

Art. 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.

Art. 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.

Art. 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.

Art. 10

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



Art. 11

Pour ses services, le professionnel de relations publiques ne peut accepter de rémunérations que sous la forme de salaire ou d'honoraires; il lui est interdit d'accepter tout paiement ou autre compensation matériels, qui seraient automatiquement liés à des résultats professionnels quantitatifs.

Art. 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.

Art. 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 œuvre 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

Art. 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 du devoir d'informer, dans les limites du secret professionnel, et le respect des droits de l'indépendance des organes d'information.

Art. 15

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

Art. 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

Art. 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, soumis en cela au prescrit de l'article 19b de ce code.

Vis-à-vis de la profession

Art. 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 l'association à laquelle il adhère.

Art. 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.
- c) de contribuer dans la mesure de ses moyens à l'exécution des sentences ainsi qu'à l'application effective des sanctions prononcées ou décidées par lesdites autorités.

Ainsi adopté par le Conseil d'administration de Keran Sàrl en séance ordinaire du 16 avril 2018 à Sion.



Rachel Fornerod
/Marketing et communication



Gaël Bourgeois
/Communication et relations publiques

Keran Sàrl

CHE-206.401.947 TVA

Chemin de la Bourgade 15b / 1967 Bramois (VS)

rachel.fornerod@keran.ch / gael.bourgeois@keran.ch / www.keran.ch

Rachel Fornerod : +41 (0)79 833 08 55 / Gaël Bourgeois : +41 (0)78 685 48 48