





CAHIER
REGARDS PLURIELS

L'éthique en relations publiques

Archives web 2009-2011

du
Centre d'études Développement durable, Éthique et Communications
maintenant dissous





Une publication du
Groupe DURABILITÉ | COMMUNICATION
réalisée sous la direction de Solange Tremblay.
Octobre 2022.

Les informations contenues dans ce document
peuvent être reproduites avec mention de la référence.
Sauf à des fins commerciales.



CONTENU



REMERCIEMENTS	4
PRÉAMBULE	5
CAPTURES D'ÉCRAN – ARCHIVES 2009-2011	6
ACCUEIL	7
<i>NOTE 9</i>	
LEXIQUE	10
CODE DE DÉONTOLOGIE	15
<i>NOTE 17</i>	
RÉFÉRENCE	18
-Bibliography	19
<i>NOTE 20</i>	
-Liens utiles	21
<i>NOTE 22</i>	
OUTILS D'AIDE À LA DÉCISION	23
-Outils d'aide à la décision de la PRSA	24
<i>NOTE 25</i>	
-Modèle de Sims	26
RECOURS ET MESURES DISCIPLINAIRES	28
NOUS JOINDRE	30



REMERCIEMENTS



Nous tenons à réitérer tous nos remerciements aux organisations, aux universitaires et aux spécialistes des relations publiques qui ont soutenu cette initiative, ainsi qu'à l'équipe de rédaction et à tous les collègues qui composaient le Centre d'études Développement durable, éthique et communications au cours de ses années d'activités.

Nos remerciements vont également à Danielle Maisonneuve, titulaire fondatrice de la Chaire en relations publiques de l'UQAM, aux institutions et aux nombreux experts qui ont contribué à la vitalité du Centre durant ces années.

PRÉAMBULE

Réalisée avec le parrainage de la Société canadienne des relations publiques et le soutien de plusieurs autres organisations, *L'Éthique en relations publiques*, une section du site web du Centre d'études Développement durable, éthique et communications maintenant dissous*, témoigne de l'état des questions de la communauté professionnelle sur l'éthique en relations publiques à la fin de la première décennie des années 2000.

Au cours des années d'activités du Centre (2003-2010), l'équipe dédiée à ces enjeux** a été à la source de diverses réalisations et collaborations. Les pages web *L'Éthique en relations publiques*, en ligne au cours de la période 2009-2011, en étaient l'une des expressions. Le Groupe DURABILITÉ|COMMUNICATION*** est heureux de les rassembler ici en format brochure.

Chaque page y est reproduite en capture d'écran, telle que publiée sur le site durant ces années, à l'exception de quelques notes intercalées dans le document, donnant accès aux publications ou aux ressources web mentionnées, mais cette fois selon leur contenu en ligne en 2022.

*Le Centre d'études Développement durable, éthique et communications, initié par Solange Tremblay en 2003, était une entité de la Chaire de relations publiques et communication marketing de l'UQAM – dont le premier nom, Chaire en relations publiques, donné en 2001 par sa fondatrice, Danielle Maisonneuve, a été utilisé jusqu'en 2007.

** Et plus particulièrement, Gabrielle Collu, Deanna Drendel, Rhita Cossette et Geneviève Bernatchez.

**Depuis la fermeture du Centre d'études à la fin de l'année 2010, l'équipe s'est restructurée et poursuit ses activités sous le nom de Groupe DURABILITÉ|COMMUNICATION.



CAPTURES D'ÉCRAN
Archives 2009-2011



L'éthique en relations publiques

- [Accueil](#)
 - [Lexique](#)
 - [Codes de déontologie](#)
 - [Références](#)
 - [Outils d'aide à la décision](#)
 - [Recours et mesures disciplinaires](#)
 - [Nous joindre](#)
 - [English](#)
-

Accueil

Comment parler d'éthique en communication sans poser les questions de base? Quelle est la différence entre éthique et déontologie? Vers quelles références se tourner? Quels outils peuvent aider les professionnels des relations publiques confrontés à une question d'éthique?

De fait, comment parler d'éthique sans prendre appui sur les guides universels? Comment questionner l'éthique en relations publiques sans consulter les références essentielles dans les organisations et dans les pratiques de communication? Le Centre d'études Développement durable, éthique et communications propose ici un cadre de références général et quelques pistes de réflexions qui pourront guider les professionnels des relations publiques et des communications dans l'exercice de leurs responsabilités toujours plus complexes. Cette section a été créée à l'intention des chercheurs, professeurs, étudiants et professionnels des relations publiques et des communications, ainsi qu'à l'intention de tout groupe ou individu intéressé par l'éthique et les communications.

De nouvelles informations viendront régulièrement alimenter cette section. N'hésitez pas à venir la consulter.

Soutien de la communauté

Ces pages bénéficient du soutien de la **Société canadienne des relations publiques (SCRIP)** et de son Réseau éthique et déontologie.

Elles s'appuient en outre sur des collaborations nombreuses avec diverses organisations qui représentent le milieu professionnel, notamment les groupes suivants :

- **SQPRP**
Société québécoise des professionnels en relations publiques
- **AIPC**
Association internationale des professionnels de la communication
- **PRSA**
Public Relations Society of America
- **Global Alliance**
Alliance mondiale pour la gestion des relations publiques et des communications

Page 8 – Sites web des Associations :

- **CPRS**
Canadian Public Relations Society
- **SQPRP**
Société québécoise des professionnels en relations publiques
- **IABC**
International Association of Business Communicators
- **PRSA**
Public Relations Society of America
- **GLOBAL ALLIANCE**
Global Alliance for Public Relations and Communication Management

L'éthique en relations publiques

- [Accueil](#)
- [Lexique](#)
- [Codes de déontologie](#)
- [Références](#)
- [Outils d'aide à la décision](#)
- [Recours et mesures disciplinaires](#)
- [Nous joindre](#)
- [English](#)

Lexique

À ce jour, les éthiciens ne s'entendent pas sur une définition unique des différents termes qui relèvent du domaine de la morale et de l'éthique. Témoignant des différentes perspectives possibles sur le sujet, les définitions reflètent le contexte dans lequel s'inscrit la réflexion de leur auteur. Quelques définitions sont suggérées ici pour leur caractère universel, simple et pratique.

Éthique

Du grec *ethos*, mœurs, manière d'être.

- L'éthique est une branche de la philosophie qui s'intéresse aux comportements humains et, plus précisément, à la conduite des individus en société. L'éthique fait l'examen de la justification rationnelle de nos jugements moraux, elle étudie ce qui est moralement bien ou mal, juste ou injuste.

Bureau canadien des valeurs et de l'éthique

- La responsabilité est à l'éthique ce que l'imputabilité est à la déontologie bien que les deux champs ne sont pas mutuellement exclusifs. La responsabilité en éthique implique un caractère général quoiqu'elle comporte une plus haute exigence que le droit. Alors que l'imputabilité, plus proche du droit, sous-tend un caractère "constrictif" et immédiatement pratique.

Christian Saint-Germain, Professeur titulaire, Département de philosophie, UQAM.

- Se distingue de la morale en se référant à des valeurs plutôt qu'à des obligations. Ainsi, elle situe nos décisions d'agir par rapport aux valeurs que nous désirons mettre en pratique.

Georges A. Legault, Professionalisme et délibération éthique, Presses de l'Université du Québec, 2006.

- L'éthique (...) est une recherche et un questionnement sans cesse reconduits, qui se résument au fond à cette question :

*Quoi faire pour bien faire ? — quand le code, coupant court au questionnement, donne une réponse : *Vous devez (faire ceci) ; Vous ne devez pas (faire cela)*. C'est pourquoi on préfère la dénomination « code de déontologie » à celle de « code d'éthique ».*

René Villemure, Du bon usage du « code d'éthique », Bulletin réflexif, 27 mai 2005.

Éthique appliquée

- Se définit comme une approche de résolution des problèmes éthiques tels qu'ils se vivent dans les différents milieux de vie. Elle fait appel à un processus de réflexion critique individuel et collectif pour les résoudre.

Centre interuniversitaire de recherche en éthique appliquée (CIRÉA)

- Éthique dans laquelle la situation occupe la première place. Les questions éthiques y apparaissent toujours dans le feu de l'action, au cœur de la pratique, c'est-à-dire en situation. C'est dans une situation complexe –personnelle, institutionnelle et sociale- que se pose le choix d'agir. Il faut choisir une solution et la décision prise aura des conséquences sur soi, sur les autres et sur l'environnement. La question éthique s'énonce alors ainsi : « Est-ce la meilleure chose à faire dans les circonstances? »

Georges A. Legault, Professionalisme et délibération éthique, Presses de l'Université du Québec, 2006.

- Beaucoup plus qu'une simple aide à la prise de décision, beaucoup plus qu'une simple technique de résolutions de dilemmes moraux dans le domaine de la bioéthique et de l'éthique professionnelle, l'éthique appliquée constitue une nouvelle manière d'aborder la réflexion au sein de nos communautés. Au point d'incarner une éthique de société qui ne demande plus qu'à voir préciser ses règles, tant sur le plan conceptuel que social.

André Lacroix, L'humain au centre d'une éthique de société, n° 6, 2000.

Déontologie

- Science qui traite des devoirs à accomplir.

Dictionnaire de la langue française, Larousse, 1989.

- Ensemble des règlements normatifs adoptés par les ordres professionnels (code de déontologie) ou par des organismes ou institutions, imposant des devoirs, des obligations à la conduite des professionnels ou des membre de l'organisation ou de l'institution.

Georges A. Legault, Professionalisme et délibération éthique, Presses de l'Université du Québec, 2006.

- (...), le code de déontologie se définit comme *l'énoncé des devoirs associés à l'exercice d'une profession*. Il s'accompagne généralement d'une structure permettant de sanctionner les éventuels contrevenants au code.

René Villemure, Du bon usage du « code d'éthique », Bulletin réflexif, 27 mai 2005.

Morale

- Théorie du bien et du mal, fixant par des énoncés normatifs les fins de l'action humaine.

Le Petit Larousse, Édition 2008

- Science du bien et du mal ; théorie de l'action humaine en tant qu'elle est soumise au devoir et a pour but le bien.

Dictionnaire de la langue française, Le petit Robert, 2006

- Ensemble de jugements relatifs au bien et au mal, destinés à diriger la conduite des hommes. Les valeurs morales ont pour fonction d'éclairer l'action. Elles nous aident à choisir et déterminent pour nous des fins, le propre d'une fin morale étant précisément d'être bonne. Le Bien est alors principe d'évaluation : il permet de décider des buts que doit proposer la volonté humaine.

Christine Le Bihan, Les grands problèmes de l'éthique, Éditions du Seuil, 1997.

- En tant que notion philosophique elle renvoie toujours aux devoirs, à ce que nous devons faire, à ce que nous sommes obligés de faire. Elle situe notre décision personnelle en fonction d'obligations que nous reconnaissons comme gouvernant nos décisions. En tant que notion sociologique, elle renvoie aux mœurs.

Georges A. Legault, Professionnalisme et délibération éthique, Presses de l'université du Québec, 2006.

Dilemme éthique

- Un choix entre deux plans d'action possibles et contradictoires.

Georges A. Legault, Professionalisme et délibération éthique, Presses de l'université du Québec, 2006.

- Incompatibilité pratique de deux normes ou de deux valeurs.

André Duhamel, professeur agrégé d'éthique et philosophie, Université de Sherbrooke.

- Discours normatif et régulateur qui prescrit des comportements en fonction des mœurs propres à une société.

André Lacroix (dir.)(2006). Éthique appliquée, éthique engagée ; Réflexions sur une notion, Liber : Montréal.

Norme

- Tout comme une valeur, une norme est un appui sur lequel les actions établissent leur bien-fondé. Plus spécifiquement, la norme renvoie à une balise, à un cadre régulateur et contraignant.

André Lacroix, directeur adjoint de la Chaire d'éthique appliquée, Université de Sherbrooke.

Valeur

- Se définit par ce qui vaut ; c'est ce à quoi, individuellement ou collectivement, on accorde de l'importance ; c'est ce qui a du poids pour un individu ou une collectivité. La valeur peut être matérielle, affective, intellectuelle, morale ou religieuse. Elle constitue une priorité, une préférence, une référence, qui tire sa signification de son rattachement au réservoir de sens que constitue l'instance légitimatrice.

Pierre Fortin, La morale, l'éthique, l'éthicologie, Presses de l'Université du Québec, 1995.

- Appuis sur lesquels les actions établissent leur bien-fondé (motivation pour l'action). La valeur renvoie à la motivation et à l'évaluation des comportements.

André Lacroix, directeur adjoint de la Chaire d'éthique appliquée, Université de Sherbrooke.

L'éthique en relations publiques

- [Accueil](#)
- [Lexique](#)
- [Codes de déontologie](#)
- [Références](#)
- [Outils d'aide à la décision](#)
- [Recours et mesures disciplinaires](#)
- [Nous joindre](#)
- [English](#)

Codes de déontologie

Saviez-vous que le premier code d'éthique en relations publiques a été rédigé en 1950 par la Public Relations Society of America (PRSA)? Et que le code d'éthique international des praticiens de relations publiques, le Code d'Athènes, a été adopté en 1965 par l'International Public Relations Association (IPRA) ?

Au début des années 1950 en effet, un souci d'amélioration des règles de conduite dans la pratique des relations publiques entraîne l'élaboration de codes de déontologie au sein des associations professionnelles. Évoluant constamment, les textes des codes de conduite sont des sources importantes à consulter. Ils constituent des références de premier choix pour guider l'action des praticiens et répondre à leur souci de rigueur et de professionnalisme dans l'exercice de leurs responsabilités.

Voici quelques-uns de ces codes :

- **Association internationale des professionnels de la communication (AIPC)**
- **Confédération européenne des relations publiques**
- **International Public Relations Association (IPRA)**
- **Public Relations Society of America (PRSA)**
- **Société canadienne des relations publiques (SCRP)**
- **Société québécoise des professionnels en relations publiques (SQPRP)**

Recherche

On peut également prendre connaissance de la récente étude réalisée par le Centre d'études Développement durable, éthique et communications, *Proposition d'un nouveau cadre de référence en matière d'éthique et de déontologie en relations publiques*

Initiée en 2006, cette recherche a été entreprise dans un contexte où les questions d'éthique en relations publiques rencontrent un niveau élevé de préoccupations au sein du milieu professionnel tant au Québec, au Canada qu'ailleurs dans le monde.

Page 16 - Codes d'éthique :

[IABC CODE OF ETHICS](#)

[IPRA CODE OF VENICE](#)

[IPRA CODE OF ATHENS](#)

[IPRA CODE OF BRUSSELS](#)

[PRSA CODE OF ETHICS](#)

[CPRS CODE OF PROFESSIONAL STANDARDS](#)

[SQPRP – CODE DE DÉONTOLOGIE](#)

Page 16 - Publication :

[Proposition d'un nouveau cadre de référence en matière d'éthique et de déontologie en relations publiques](#)

L'éthique en relations publiques

- [Accueil](#)
 - [Lexique](#)
 - [Codes de déontologie](#)
 - [Références](#)
 - [Outils d'aide à la décision](#)
 - [Recours et mesures disciplinaires](#)
 - [Nous joindre](#)
 - [English](#)
-

Références

Pour être utiles, les références doivent préférablement être à portée de mains. Qu'il s'agisse de publications ou de sites portant spécifiquement sur le sujet, de nombreuses sources sont disponibles et peuvent éclairer une réflexion sur des questions d'ordre éthique.

- [Bibliographie](#)
- [Liens utiles](#)

Bibliographie

Si on croyait que le sujet n'avait généré que peu d'écrits, la bibliographie proposée ici témoigne d'une réalité très différente. On y retrouve une importante sélection de titres comportant des références générales sur l'éthique et l'éthique appliquée, des publications spécifiques sur l'éthique en relations publiques et en communications ainsi que sur l'éthique dans les organisations.

Relations publiques et éthique : une bibliographie sélective

Page 19 Publication :

[Ressources pour des relations publiques éthiques : une bibliographie sélective](#)

Liens utiles

- ↪ [Association for Practical and Professional Ethics](#)
- ↪ [BusinessEthics.ca](#)
- ↪ [Canadian Center for Ethics and Corporate Policy](#)
- ↪ [Centre de recherche en éthique de l'Université de Montréal \(CRÉUM\)](#)
- ↪ [Center for Ethics and Business](#)
- ↪ [Center for Ethics and Social Justice](#)
- ↪ [Center for Integrity in Business](#)
- ↪ [Centre for Practical Ethics](#)
- ↪ [Centre for the Study of Ethics in the Professions](#)
- ↪ [Centre interuniversitaire de recherche en éthique appliquée \(CIRÉA\)](#)
- ↪ [Cercle d'Éthique des Affaires](#)
- ↪ [Chaire de management éthique - HEC Montréal](#)
- ↪ [Chaire d'éthique appliquée](#)
- ↪ [Chaire Hoover d'éthique économique et sociale](#)
- ↪ [Clarkson Centre for Business Ethics and Board Effectiveness](#)
- ↪ [Ethical Corporation](#)
- ↪ [Ethics Resource Centre](#)
- ↪ [Institute for Business, Technology and Ethics](#)
- ↪ [Institute for Global Ethics](#)
- ↪ [Institute of Business Ethics](#)
- ↪ [Institute of Communication Ethics](#)
- ↪ [Markkula Center for Applied Ethics at Santa Clara University](#)
- ↪ [Public Affairs Council](#)
- ↪ [Society for Business Ethics](#)
- ↪ [The Center Carol and Lawrence Zicklin for Business Ethics Research](#)
- ↪ [The W. Maurice Young Centre for Applied Ethics](#)

Page 21 : Ressources toujours disponibles

- [Association for Practical and Professional Ethics](#)
- [BusinessEthics.ca](#)
- [Canadian Center for Ethics and Corporate Policy](#)
- [Centre de recherche en éthique](#)
- [Institute for Business Ethics and Sustainability](#)
- [York Collegium for Public Ethics](#)
- [Centre for the Study of Ethics in the Professions](#)
- [Cercle d'éthique des affaires](#)
- [Chaire de management éthique – HEC Montréal](#)
- [Chaire d'éthique appliquée](#)
- [Chaire Hoover d'éthique économique et sociale](#)
- [Clarkson Centre for Business Ethics and Board Effectiveness](#)
- [Ethics & Compliance Initiative](#)
- [Institute of Business Ethics](#)
- [Institute of Communication Ethics](#)
- [Markkula Center for Applied Ethics at Santa Clara University](#)
- [Society for Business Ethics](#)
- [The W. Maurice Young Centre for Applied Ethics](#)

L'éthique en relations publiques

- ↳ [Accueil](#)
- ↳ [Lexique](#)
- ↳ [Codes de déontologie](#)
- ↳ [Références](#)
- ↳ [Outils d'aide à la décision](#)
- ↳ [Recours et mesures disciplinaires](#)
- ↳ [Nous joindre](#)
- ↳ [English](#)

Outils d'aide à la décision

Saviez-vous que de ne pas se poser de questions constitue une faute d'éthique ?

La pratique des communications et des relations publiques s'est largement complexifiée au cours des dernières années, révélant par le fait même une foule d'enjeux éthiques auxquels il est important de réfléchir. Toutefois, l'éthique ne se présente pas uniquement sous forme de grands enjeux, mais également sous forme de dilemmes éthiques que les professionnels sont appelés à résoudre quotidiennement. Un dilemme se présente lorsqu'il y a un conflit entre deux choix d'action possibles et contradictoires. Dans pareil cas, toutes les questions doivent être posées et plusieurs facteurs doivent être pris en compte dans la réflexion conduisant à la meilleure décision possible dans les circonstances.

Différents outils d'aide à la décision existent, en voici deux :

- ↳ [Outil d'aide à la prise de décision de la PRSA](#)
- ↳ [Modèle de Sims](#)

Outils d'aide à la décision

Outil d'aide à la prise de décision de la PRSA

Un guide d'aide à la prise de décision est proposé par la PRSA. Préparé pour rencontrer les besoins spécifiques des professionnels des relations publiques confrontés à des dilemmes éthiques, ce guide suggère une démarche en six étapes.

Démarche

1. Définir l'enjeu et/ou le conflit éthique spécifique.
2. Identifier les facteurs internes/externes qui peuvent influencer la décision.
3. Identifier les principales valeurs éthiques en cause.
4. Identifier tous les groupes qui pourront être affectés par la décision et définir les responsabilités des professionnels des RP à l'égard de chacun d'eux.
5. Préciser les principes éthiques qui pourront guider la démarche de prise de décision.
6. Prendre une décision et la justifier.

Exemples pratiques*

Les études de cas qui suivent permettent d'illustrer de façon concrète différentes situations où surviennent des problématiques d'ordre éthique dans la pratique des relations publiques. Les solutions proposées dans ces exemples ne devraient pas être appliquées à tout type de situation similaire, mais plutôt guider la réflexion des professionnels lorsqu'ils vivent une expérience dans laquelle des principes éthiques sont en cause. Le Centre d'études tient à remercier la PRSA pour sa contribution très appréciée à cette section.

- Libre accès à l'information (**Case Study # 1. Free Flow of Information**). **Discussion Key**
- Concurrence (**Case Study # 2. Competition**). **Discussion Key**
- Divulgence d'informations (**Case Study # 3. Disclosure of Information**). **Discussion Key**
- Respect des confidences (**Case Study #4. Safeguarding Confidences**). **Discussion Key**
- Conflit d'intérêts (**Case Study # 5. Conflicts of Interest**). **Discussion Key**
- Crédibilité de la profession (**Case Study # 6. Enhancing the Profession**). **Discussion Key**

* en anglais seulement

Page 24 : Exemples pratiques

Ces exemples pratiques ne sont plus disponibles ici. Mais certains scénarios sont présentés dans les dispositions du code de conduite de la PRSA : [PRSA Code Provisions of Conduct](#).

A l'extérieur de la période 2010-2011 :

Note. Des exemples de solutions fournissant des conseils liés à des questions spécifiques peuvent également être trouvés sur le site de la PRSA en 2022, par le biais d'un avis sur les normes éthiques, créé en 2021 :

[Ethical Standards Advisory](#)

Outils d'aide à la décision

Modèle de Sims

Approche

Le modèle de Sims, un outil d'aide à la décision, développé en 1992 par Ronald R. Sims, est une approche visant à conscientiser les entreprises quant à leurs responsabilités dans la promotion d'une conscience éthique auprès de leurs employés. Ce modèle va au-delà de la simple application du code d'éthique dans les entreprises. Il vise à créer une culture organisationnelle favorisant une réflexion systématique lorsque les employés sont confrontés à un problème d'ordre éthique : quels que soient leur rôle dans l'organisation, tous sont concernés.

L'approche s'appuie sur le principe qu'une culture organisationnelle saine influe positivement sur la santé d'une entreprise. La façon dont les dirigeants et les gestionnaires d'une entreprise agissent et favorisent un bon climat éthique aura un impact sur leurs employés et leur manière de se comporter face à une problématique d'ordre éthique dans différentes situations. En outre, une même vision de ce qu'est un bon ou un mauvais comportement doit être partagée par l'ensemble des membres de l'organisation.

Afin que tous les membres d'une organisation développent une conscience éthique, le modèle s'appuie sur trois grands principes :

- A. La haute direction doit d'emblée démontrer son support et sa sensibilité face aux questions éthiques qui peuvent émerger au sein de l'organisation.
- B. Un processus formel doit être mis en place pour favoriser une réflexion et des comportements éthiques dans l'ensemble de l'organisation.
- C. Un mode de communication efficace doit être mis en place de manière à permettre un échange harmonieux entre la haute direction et les différentes entités de l'organisation sur toute question relative aux préoccupations éthiques et à la philosophie de travail.

Démarche *

Sims propose une liste de 7 questions (*a seven-step check-list*) que chaque employé devrait se poser lorsqu'il est confronté à un dilemme éthique.

1. Reconnaître et clarifier le dilemme éthique.
2. Recueillir tous les faits ou les informations possibles.
3. Faire une liste de toutes les options possibles afin de régler le dilemme.
4. Tester chaque option en se demandant si la décision est légale, juste et bénéfique.
5. Prendre une décision.
6. Vérifier à nouveau la décision en se demandant comment on se sentirait si notre famille l'apprenait ou si encore elle était rendue publique dans le journal.
7. Passer à l'action.

Note biographique

Ronald R. Sims est professeur senior à la *Business Administration School of Business* du *College of William and Mary*, à Williamsburg, en Virginie. Il compte de nombreuses publications à son actif, notamment :

- *Human resources management: Contemporary issues, challenges and opportunities*, IAP (2007).
- *Ethics and corporate social responsibility: Why giants fall*, Greenwood Publishing Group (2003).
- *Changing the way we manage change*, Greenwood Publishing Group (2002).
- *Teaching business ethics for effective learning*, Greenwood Publishing Group (2002).

Sources

<http://mason.wm.edu/Mason/>
<http://construct.haifa.ac.il/~danielp/soc/Sims.htm>

L'information sur le modèle de Sims a été complétée avec la collaboration de Simon Perreault.

* Reproduit avec la permission de Ronald R. Sims.

L'éthique en relations publiques

- ↳ [Accueil](#)
- ↳ [Lexique](#)
- ↳ [Codes de déontologie](#)
- ↳ [Références](#)
- ↳ [Outils d'aide à la décision](#)
- ↳ [Recours et mesures disciplinaires](#)
- ↳ [Nous joindre](#)
- ↳ [English](#)

Recours et mesures disciplinaires

Des ressources, de la documentation, des codes de déontologie et divers outils d'aide à la prise de décision sont mis à la disposition des professionnels en relations publiques pour les aider à devenir plus sensibles aux problématiques éthiques et pour les guider à résoudre ces problématiques par eux-mêmes. Il peut toutefois arriver qu'ils souhaitent aller plus loin dans leur démarche, ce qui implique la consultation d'experts en éthique ou encore l'amorce d'une procédure de plainte auprès d'un organisme compétent.

Comité d'éthique international - Pour consulter des experts

La Global Alliance (Alliance mondiale) a mis sur pied un comité d'éthique international pour se pencher sur les enjeux entourant la pratique des relations publiques et la gestion des communications.

Mesures disciplinaires

Les associations de communicateurs ont différentes approches à l'égard des procédures de sanction lorsqu'il y a violation des principes et des règles de conduite professionnelle. En voici quelques-unes.

↳ Sanction - Code d'Athènes - IPRA

Le code d'Athènes, code d'éthique international des praticiens de relations publiques auquel tous les membres de l'**International Public Relations Association** doivent se conformer, prévoit que toute violation dont la preuve a été démontrée, est considérée comme une faute grave entraînant une sanction adéquate.

↳ Procédures de radiation – AIPC

L'un des articles du code de l'AIPC prévoit que les membres trouvés « coupables de violation de la loi et des politiques générales régissant leurs activités professionnelles par un organisme gouvernemental ou un organisme judiciaire compétent s'exposent à la radiation par le Comité exécutif de l'IABC conformément aux procédures énoncées dans les statuts de l'**Association**.»

↳ Procédures de plaintes - SCRP

La Société canadienne des relations publiques (SCRP) s'est dotée d'un **Comité de déontologie** qui a le pouvoir de faire respecter les principes et les articles du Code selon les règlements de la SCRP. En outre, depuis 2005, les sociétés membres de la SCRP sont invitées à se doter d'un comité de déontologie permettant d'assurer la gestion des plaintes sur une base locale.

L'éthique en relations publiques



- ↳ [Accueil](#)
- ↳ [Lexique](#)
- ↳ [Codes de déontologie](#)
- ↳ [Références](#)
- ↳ [Outils d'aide à la décision](#)
- ↳ [Recours et mesures disciplinaires](#)
- ↳ [Nous joindre](#)
- ↳ [English](#)

Nous joindre

Recherche et contenu

Solange Tremblay, M.A., ARP
Deanna Drendel, ARP, FSCR
Geneviève Bernatchez

Pour nous joindre



Pour citer ce document :

Tremblay, S. (dir.) (2022). *L'éthique en relations publiques :
Archives web 2009-2011*,
Groupe DURABILITÉ|COMMUNICATION.

