
NOTRE CODE DE DÉONTOLOGIE

**SQ
PRP**

**Société québécoise
des professionnel(le)s
en relations publiques**



DES EXIGENCES ÉLEVÉES, À LA MESURE DE NOTRE FONCTION PROFESSION- NELLE IMPORTANTE

Le présent code se veut un outil de réflexion essentiel visant à orienter notre pratique en fonction des standards élevés de professionnalisme que nous nous engageons à respecter en adhérant à la Société québécoise des professionnels et professionnelles en relations publiques (SQPRP).

En tant que professionnels et professionnelles en relations publiques, nous assurons l'élaboration et la mise en œuvre de processus de communication permettant aux organisations d'échanger de manière constructive avec leurs publics. Nous favorisons le dialogue même dans les situations où les opinions, les besoins et les intérêts sont divergents, voire en conflit. Nous bâtissons des relations de confiance. Telle est la valeur sociale de notre fonction professionnelle.

Notre travail est habituellement évalué sur la base de l'atteinte du résultat recherché par notre employeur¹. Mais il peut aussi avoir des répercussions plus larges sur nos collègues, nos concitoyens et concitoyennes, la société, l'environnement et nous-mêmes. Nos gestes peuvent avoir un impact direct, par exemple, sur l'augmentation ou la diminution de la confiance générale que nous avons les uns envers les autres, ou que les personnes ont à l'égard de nos institutions. L'exercice de notre compétence éthique est donc essentiel pour nous rendre dignes de notre fonction.

Quel que soit notre poste ou notre niveau hiérarchique, nous devons exercer notre rôle de manière responsable et reconnaissons ainsi la nécessité d'intégrer dans notre pratique des valeurs et des devoirs que nous jugeons primordiaux.

¹ Le terme « employeur » désigne dans le présent code toute organisation ou personne qui retient nos services, que ce soit comme employé ou employée ou comme prestataire de services, contre rémunération ou à titre bénévole. Ainsi, il englobe, entre autres, le terme « client ».



NOS VALEURS PHARES

Nos valeurs phares forment le socle de notre pratique et de nos jugements éthiques.

Toute règle de comportement se base sur des valeurs. En rejoignant la SQPRP, nous choisissons d'adhérer aux valeurs suivantes² :

LIBERTÉ

La liberté repose sur *le pouvoir d'agir sans contraintes*. Elle renvoie à la liberté de pensée, de croyance, d'opinion et d'expression, y compris à la liberté de la presse et des autres moyens de communication. Elle ouvre aux personnes et aux organisations la possibilité de communiquer leurs pensées et de recevoir celles des autres.

INTÉRÊT PUBLIC

L'intérêt public est le résultat d'actions visant des *bienfaits pour la société* prise dans son ensemble. Cette notion indique qu'il existe, pour les personnes comme pour les groupes auxquels elles appartiennent, un avantage réel à agir par-delà les motifs dictés par l'intérêt personnel ou privé.

INTÉGRITÉ

L'intégrité est la caractéristique morale d'une personne ou d'une organisation *digne de confiance*. Elle découle, entre autres, d'une attitude et d'une communication respectueuses, fondées sur la recherche de la vérité.

RESPECT

Le respect est une forme de *considération pour la valeur et la dignité* de ce qui est autre que nous-mêmes. Il s'exprime notamment par une écoute attentive et la civilité des échanges, même entre points de vue opposés. Il est dû à tous, dont nos publics, nos employeurs et nos collègues.

VÉRITÉ

La vérité est l'*adéquation entre un énoncé et les faits* qu'il est censé décrire. Elle permet la compréhension mutuelle dans la communication par l'acceptation de référents communs. À l'inverse, le mensonge occulte les faits dans l'intention de tromper.

PROFESSIONNALISME

Le professionnalisme repose sur un ensemble d'attitudes et de compétences qui témoignent *des connaissances, du savoir-faire et du savoir-être* d'une personne dans la réalisation de son travail. Il exige le développement continu de ces compétences et l'exercice d'une pratique conforme aux plus hauts standards professionnels de même que l'adhésion constante aux valeurs phares et aux devoirs énoncés dans le présent code.

² Les définitions proposées ici visent à fournir une explication sommaire de ce qu'on entend principalement par ces valeurs phares. Puisque celles-ci sont des concepts complexes, les définitions ne doivent pas être considérées comme étant exhaustives.

UN ENGAGEMENT DE TOUS LES INSTANTS

Des membres de la SQPRP

En lien direct avec le préambule et les valeurs phares, les énoncés qui suivent précisent certains des devoirs qui nous incombent à titre de membres de la SQPRP³.

Ainsi, nous nous engageons à :

LIBERTÉ, RESPECT ET INTÉRÊT PUBLIC

1. Exercer notre profession dans le respect de l'intérêt public et de la dignité des personnes et des institutions démocratiques tout en aidant nos employeurs à atteindre leurs buts.
2. Favoriser l'établissement de relations de confiance durables entre les organisations et leurs publics, notamment en contribuant à mettre en place des conditions favorables à un dialogue constructif.
3. Refuser d'alimenter les préjugés, la discrimination, l'exclusion et la polarisation des débats sociaux.
4. Prendre en compte l'impact que peuvent avoir nos décisions et nos actions en tant que professionnels et professionnelles en relations publiques sur la possibilité qu'ont les personnes de vivre, aujourd'hui et dans le futur, dans un environnement juste, sûr et sain.

VÉRITÉ

Qualité de l'information et transparence

5. Nous astreindre aux plus hautes normes d'honnêteté et d'exactitude, ce qui implique notamment de ne pas diffuser d'informations que nous savons fausses, d'adopter un regard critique et de déployer tous les efforts possibles afin de nous assurer de la justesse des informations que nous diffusons, et de corriger promptement toute information erronée.
6. Ne pas retenir d'informations nécessaires au jugement éclairé des publics, à moins d'être contraints au secret dans des situations particulières ou dans les mesures prévues par la loi.
7. Ne pas faire appel à des stratégies de manipulation visant à tromper les publics, dont les appels indus aux émotions, les exagérations démesurées, les comparaisons injustes, les discours volontairement vagues ou obscurs, les illogismes intentionnels et la contrefaçon de mouvements d'opinion.
8. Nous assurer que tout contenu commandité que nous diffusons dans les médias d'information et sur les médias sociaux peut être facilement distingué de leur contenu régulier.

³ Chacun de ces devoirs peut être soumis à des limites, à des contraintes et à des exceptions. Ils peuvent même à l'occasion entrer en conflit les uns avec les autres ou encore avec d'autres obligations. C'est le propre de la démarche éthique d'évaluer la manière d'appliquer ces devoirs selon les situations particulières auxquelles nous faisons face.



Indépendance et impartialité

9. Divulguer lorsque requis le nom de l'employeur pour lequel nous agissons, et éviter de nous associer avec quiconque ne respecte pas ce principe.
10. Refuser de nous associer avec toute personne ou organisation qui prétend représenter certains intérêts ou affirme son indépendance ou impartialité, mais représente en réalité des intérêts inavoués.
11. N'accepter pour nos services professionnels que les honoraires, commissions, gratifications ou autres formes de rémunération provenant des employeurs à qui nous avons effectivement rendu ces services.
12. N'accepter de recevoir, dans le cadre d'une relation d'affaires actuelle ou potentielle, que des cadeaux d'une valeur symbolique qui ne sont pas susceptibles de compromettre notre jugement ou notre indépendance professionnelle.
13. Refuser un mandat qui serait en contradiction avec nos valeurs personnelles si cette contradiction est telle qu'elle nous rend incapables d'aider pleinement notre employeur à atteindre ses buts.

INTÉGRITÉ ET PROFESSIONNALISME

Savoirs et pratiques reconnus

14. Nous appuyer dans notre travail sur des connaissances formelles et de bonnes pratiques reconnues aussi bien que sur notre intuition et notre expérience.
15. Rendre compte avec transparence à nos employeurs des résultats obtenus grâce à notre travail et veiller à ce que les méthodes d'évaluation employées soient pertinentes par rapport aux objectifs poursuivis.
16. Ne pas garantir de résultat irréaliste ou qui dépasse nos compétences ou capacités.
17. Développer activement nos connaissances et nos compétences professionnelles tout au long de notre carrière.
18. Ne pas influencer indûment les médias, les organes de gouvernement ou le processus législatif, par exemple en offrant des cadeaux qui excèdent les normes, des privilèges ou d'autres avantages en échange de faveurs ou de considérations futures.
19. Ne pas nous approprier les idées ou les propos d'autrui.

Confidentialité et protection de la vie privée

20. Protéger la confidentialité de nos rapports avec nos employeurs passés, actuels ou potentiels et ne pas utiliser ou dévoiler d'informations confidentielles obtenues de ces employeurs sans leur autorisation, sauf dans les mesures prévues par la loi ou si nous y sommes contraints par les cours de justice.
21. Protéger la vie privée des personnes en observant la plus grande discrétion quant aux informations que nous détenons à leur sujet.

Conflits d'intérêts

22. Éviter tout conflit d'intérêts ou apparence de conflit d'intérêts, notamment les situations mettant en concurrence nos intérêts personnels et ceux de nos employeurs, à moins d'en informer complètement toutes les parties concernées.
23. Ne pas représenter d'intérêts conflictuels ou concurrentiels sauf si les personnes ou les organisations directement concernées nous y autorisent après avoir pris connaissance de tous les faits.

Cohésion de la communauté professionnelle et avancement de la profession

24. Nous conduire de façon à faire honneur à la profession des relations publiques et à la SQPRP.
25. Ne pas poser de gestes ni tenir de propos malveillants qui pourraient nuire à la pratique ou à la réputation d'autres professionnels et professionnelles en relations publiques.
26. Contribuer, à la mesure de nos moyens, à l'avancement de la profession des relations publiques, par exemple en nous impliquant au sein de la SQPRP ou d'autres organismes de la profession, en agissant comme mentor, en partageant nos connaissances et notre expérience avec des collègues, des étudiants et des étudiantes, ou en participant au développement des connaissances dans le domaine.

Relations avec les collaborateurs et collaboratrices et les autres professionnels et professionnelles

27. Ne pas agir de façon à contourner le code de déontologie des membres des autres professions avec qui nous interagissons, notamment les journalistes.



28. Ne pas tolérer que nos collaborateurs et collaboratrices et nos prestataires de biens et services contreviennent aux dispositions du présent code.
 29. Agir, lorsque nous sommes témoins d'actes qui contreviennent manifestement aux dispositions du présent code, afin d'y mettre fin et d'éviter qu'ils ne se reproduisent. Les mesures les plus appropriées à prendre dépendront des cas et de leur contexte et peuvent comprendre, entre autres, d'en parler avec les personnes impliquées, de faire appel à des instances de notre employeur ou à des autorités externes ou, lorsqu'il s'agit d'autres membres, de signaler le cas à la SQPRP.
- UTILISATION DES TECHNOLOGIES NUMÉRIQUES ET DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE**
- Vu l'impact profond des technologies numériques (dont font partie Internet, les médias sociaux et les téléphones intelligents) et de l'intelligence artificielle sur notre manière de communiquer, celles-ci méritent de faire l'objet d'une attention particulière. En clarifiant nos obligations relativement aux principaux enjeux éthiques qu'elles posent, les articles suivants viennent compléter ceux qui précèdent.*
30. Nous assurer que notre emploi de l'intelligence artificielle et des technologies numériques n'entraîne pas, par la dématérialisation des échanges qu'elles permettent (p. ex. interactions automatisées, anonymat), une communication qui est irrespectueuse, discriminatoire ou trompeuse ou qui accentue la polarisation des débats sociaux.
 31. Ne pas utiliser les avancées offertes par les technologies numériques et l'intelligence artificielle, comme l'hypertrucage, la production automatisée de contenu et les mégadonnées, de façon à déformer les faits, à induire en erreur ou à porter atteinte à la vie privée.
 32. Chercher à comprendre le fonctionnement, les limites et les biais des technologies numériques et des outils d'intelligence artificielle que nous utilisons et neutraliser autant que possible les préjudices qui pourraient en découler.
 33. Veiller, lorsque nous avons recours à des technologies numériques ou à l'intelligence artificielle, à ne pas susciter un traitement inéquitable des publics dont l'accès à ces technologies serait limité ou encore de la discrimination à leur endroit.



UN CODE ANCRÉ DANS DES VALEURS UNIVERSELLES



Depuis le milieu du XX^e siècle, les grands codes de déontologie de la profession des relations publiques sont ancrés dans les valeurs enchâssées dans la [Déclaration universelle des droits de l'homme](#) de 1948. Ces valeurs, réaffirmées dans la [Charte québécoise des droits et libertés de la personne](#) et dans la [Charte canadienne des droits et libertés](#), portent notamment sur la liberté de pensée, d'opinion, d'expression et d'association et, plus fondamentalement, sur le respect inconditionnel de la dignité humaine.

Dans cet esprit, le [Code de conduite de la International Public Relations Association](#) enjoint à ses membres de chercher à établir les conditions morales et intellectuelles du dialogue et reconnaître les droits des parties en présence de présenter leurs arguments et d'exprimer leurs points de vue.

Le [Code de déontologie de la Global Alliance for Public Relations and Communication Management](#) érige pour sa part en principe directeur l'acceptation de devoirs envers l'ensemble de la société plutôt que simplement envers son employeur/organisation, et accepte que la balance penche en faveur de l'intérêt public plus large.

Le [Code d'éthique professionnelle de la Société canadienne des relations publiques](#), que la SQPRP avait adopté il y a plusieurs années et qui a constitué le point de départ du présent code, précise lui aussi à son premier article que ses membres « doivent exercer leur profession conformément à l'intérêt du public et dans le respect de la dignité des personnes ».

Le présent code de la SQPRP s'inscrit dans ce mouvement.