

MISSION
RESPONSABILITE
RESPECT
ESPRIT DE SERVICE
COMMUNICATEUR INTEGRITE

CODE DE DEONTOLOGIE

ORIENTATION RESULTATS
VALEURS
CHANGEMENT
INNOVATION
ÉCHANGE
COLLABORATION

Mission

La mission du communicateur interne consiste :

1. de manière générale et en adéquation avec la politique de communication globale, à appuyer la stratégie générale de son organisation ;
2. de manière spécifique, à :
 - concevoir, développer et mettre en œuvre une stratégie de communication interne performante, proactive, motivante et professionnelle ;
 - faire connaître et comprendre la mission, la vision et les valeurs de l'organisation de même que ses différents processus de fonctionnement, et contribuer ensuite à y faire adhérer l'ensemble des collaborateurs, participant de la sorte à l'ancrage de la culture d'entreprise ;
 - conseiller, coacher et accompagner, à un niveau stratégique et opérationnel, les différentes parties prenantes (direction, responsables, collaborateurs ...) dans le choix et la mise en œuvre de leurs actions de communication en fournissant suggestions, recommandations, appui méthodologique, outils et moyens ;
 - stimuler le dialogue et l'interaction au sein de l'organisation, de ses différentes entités, des réseaux internes et de l'ensemble des collaborateurs de sorte à créer des liens et le cas échéant, intervenir comme médiateur, régulateur ou facilitateur ;
 - contribuer à l'amélioration du niveau de cohésion, de motivation, d'engagement et de bien-être des collaborateurs en créant du sens au sein de l'organisation et de ses entités ;
 - contribuer à l'amélioration de l'image de l'organisation en tant qu'employeur en intéressant l'ensemble des collaborateurs aux activités et aux résultats de l'organisation de façon à en faire des ambassadeurs ;
 - développer un système de veille dans le but d'anticiper les événements ;
 - gérer la communication interne de crise et de changement ;
 - évaluer en permanence la stratégie et les actions de communication interne afin d'entretenir et améliorer de manière continue le processus de communication .

Valeurs



Intégrité



Esprit de service



Responsabilités

Pour réaliser sa mission de manière éthique, le communicateur interne s'appuie sur un certain nombre de valeurs. Celles-ci constituent le volet "savoir-être" de ses compétences professionnelles.

Bien que présentées séparément, ces valeurs interagissent entre elles et ne peuvent donc être interprétées isolément.

Elles constituent le cadre de référence dans lequel le communicateur interne peut trouver l'inspiration, les réponses à ses questions ou aux dilemmes auxquels il peut être confronté dans l'exercice de sa mission.



Innovation



Orientation
résultats



Respect

Intégrité

L'intégrité, pierre angulaire de la bonne gouvernance, renforce la confiance des parties prenantes à l'égard du communicateur interne et contribue à sa crédibilité.

Quel que soit son statut ou son mandat au sein de l'organisation, est intègre, le communicateur interne qui :

- est exempt de comportements illicites tels que par exemple, la corruption, le faux et son usage ... ;
- agit conformément aux valeurs développées dans le présent code ;
- est loyal vis-à-vis de l'organisation ;
- travaille avec la plus grande honnêteté intellectuelle avec chaque partie prenante ;
- s'interdit tout abus d'influence (par exemple : créer ou amplifier un besoin non voulu par la partie prenante), de confiance, d'autorité ou de pouvoir lié à sa position ;
- garantit la confidentialité de ses actions dans le respect de la vie privée des parties prenantes ;
- veille à ne pas se placer dans une situation de conflit d'intérêts, c'est-à-dire dans une situation où il a par lui-même ou par personne interposée un intérêt de nature à influencer sur l'exercice impartial et objectif de sa fonction ou à créer une suspicion légitime d'une telle influence ;
- recherche l'objectivité et l'impartialité dans la collecte, le traitement et la diffusion des informations.

Respect

Le respect est synonyme de considération, de confiance et d'appréciation que l'on accorde ou dont on fait l'objet .

Le communicateur interne se montre respectueux lorsqu'il :

- répond aux attentes communicationnelles des parties prenantes de l'organisation de manière proactive, adaptée et différenciée ;
- prend en considération leurs points de vue et leurs divergences ;
- favorise des relations exemptes de toute forme de discrimination et d'intolérance ;
- prend ses décisions en adéquation avec les valeurs et les principes organisationnels et professionnels ainsi qu'avec ses propres valeurs et principes ;
- fait preuve d'assertivité, de tact et de finesse lors de ses contacts interpersonnels et dans ses écrits .

Esprit de service

Cette valeur est l'essence même du métier de communicateur .

Témoigne ainsi d'un esprit de service, le communicateur interne qui :

- répond, avec diligence si possible, à toute demande relative à l'exécution de sa mission ;
- met son expertise au service de l'ensemble de l'organisation, tant du management que des collaborateurs ;
- agit dans l'intérêt commun, notamment en osant remettre en question ses habitudes ;
- exerce, lorsque cela est nécessaire, une fonction de relais vers les services compétents ou spécialisés ;
- fait preuve d'écoute, d'empathie, de disponibilité, d'accessibilité et de flexibilité .

Orientation résultats

En tant que professionnel, le communicateur interne contribue à la performance collective de l'organisation .

A cet effet, le communicateur interne :

- améliore continuellement la qualité des programmes, des actions et des services qu'il fournit :
 - en adoptant une démarche proactive (dispositif de veille et d'écoute, regard sur l'avenir ...) ;
 - en s'inscrivant dans une approche d'efficacité et d'optimisation des coûts ;
 - en évaluant constamment l'adéquation entre les actions, les objectifs, les publics visés (leurs spécificités et leurs attentes) sur une base et des critères objectifs ;
 - en évaluant l'impact des actions sur le niveau de cohésion, d'engagement et de bien-être des membres de l'organisation ;
- fait preuve d'un très bon sens de l'organisation et de la méthode ainsi que d'un esprit critique, de synthèse et d'analyse permettant de faire des choix pertinents dans n'importe quel contexte .

Responsabilité

Dans les limites du secret professionnel, le communicateur interne a la responsabilité de rendre compte de toutes les activités du processus de communication (depuis l'anticipation et la conception, jusqu'aux actions d'exécution et de réajustement) .

Il rend ainsi compte :

- à toutes les parties prenantes ;
- d'initiative et à la demande ;
- de manière continue ;
- dans un esprit constructif d'objectivité et d'ouverture .

Innovation

L'innovation est source de progrès et de créativité .

Dès lors, le communicateur interne :

- fait preuve d'un intérêt permanent pour les développements de son métier à travers les réseaux auxquels il participe et les éventuelles associations dont il est membre ;
- travaille en cohérence avec le contexte dans lequel il évolue et recherche pour ce faire les informations nécessaires pour développer de nouvelles procédures et outils ;
- s'ouvre à de nouvelles idées, expériences, théories, personnes et modes de vie et ce, sans discrimination. Il ose ensuite les concrétiser ;
- se forme autant que possible pour améliorer et actualiser continuellement ses propres compétences, son expertise et, le cas échéant, celles des collaborateurs de son équipe .

Pourquoi un nouveau code de déontologie ?

L'expansion et la segmentation des métiers de l'information et de la communication rendent compte d'une dynamique de professionnalisation du secteur .

Comment départager le professionnel du praticien amateur ? Comment les communicateurs peuvent-ils faire valoir leur professionnalisme ? Comment peuvent-ils développer une identité de métier spécifique ?

Il se pourrait bien qu'à travers ce questionnement l'observance de règles éthiques puisse être le dénominateur commun des acteurs de la communication .

L'observance de l'éthique pourrait aussi être une façon de renforcer leur identité professionnelle et de se positionner dans l'entreprise . En créant autour de leurs actions, aussi bien du côté de la direction que du personnel, confiance et respect .

Ce nouveau code a pour ambition d'évoquer les enjeux d'un positionnement sur l'éthique de la communication et de ceux qui l'exercent dans un esprit d'amélioration continue et de professionnalisation .

Mais avant tout, c'est de la réaffirmation d'un métier qu'il s'agit, un métier qui au cours du temps a perdu de son lustre et de sa réputation, entraîné dans des attitudes douteuses par des entreprises déconnectées des réalités dans lesquelles elles opèrent, peu soucieuses de leur responsabilités . Le métier de communicateur doit se réinventer autour de balises et d'exigences éthiques . C'est ainsi et seulement ainsi qu'il retrouvera ses lettres de noblesse .

Parmi les actions qu'elle mène pour améliorer le niveau de professionnalisme de ses membres, l'ABCI a développé un code de déontologie du communicateur interne .

Il constitue un outil que les professionnels de la communication peuvent utiliser dans leur travail au quotidien .

Christine Donjean
Présidente de l'ABCI