

# Dis, c'est quoi une communication éthique?

Séminaire animé par Eric Cobut et Benoît Dupuis  
18 Novembre 2022



# Evolution du contexte et besoin du retour à l'éthique

- Fakenews, complotisme  
perte de confiance, ...

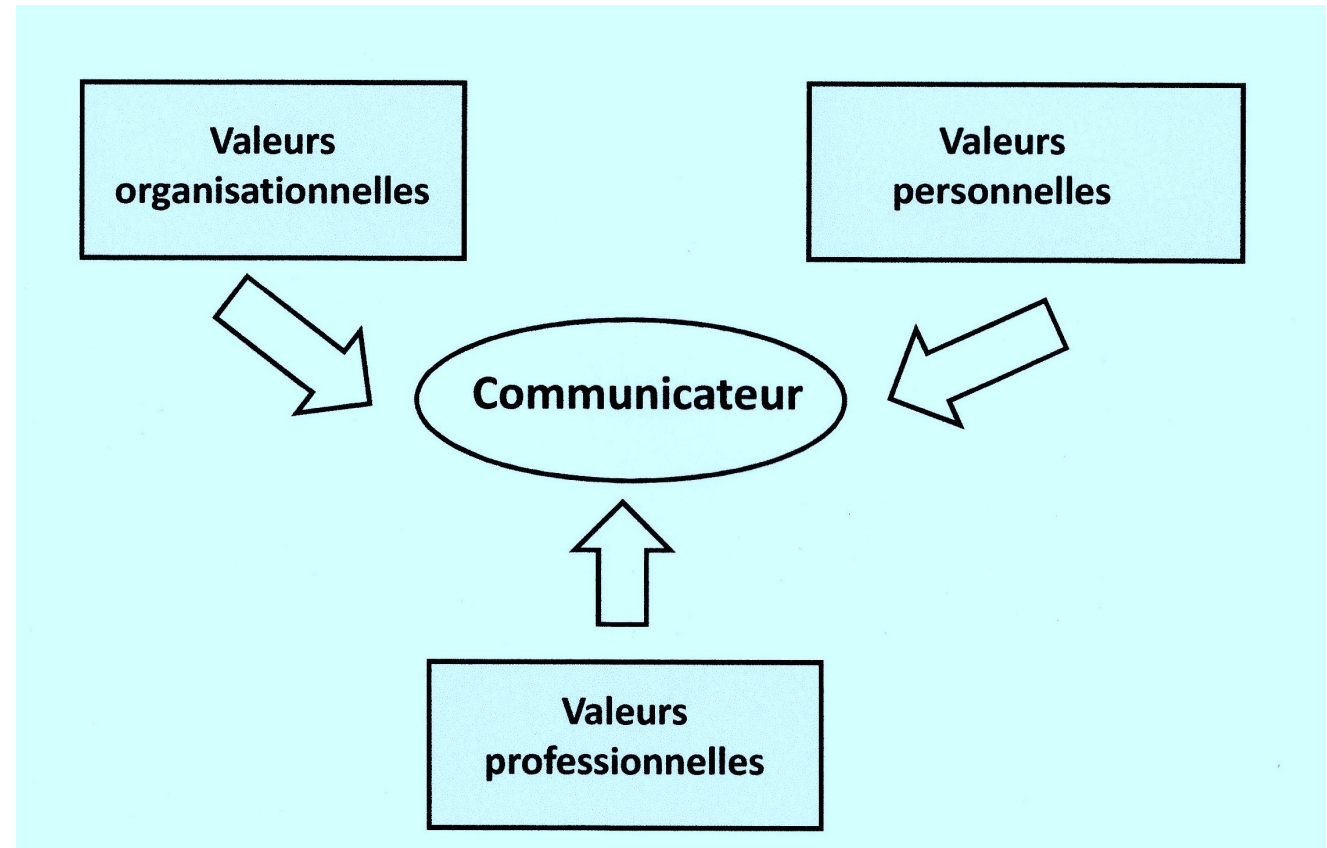


- Nouvelle gestion publique
- Communication politique

**Besoin  
d'éthique**

# Être éthique en communication, c'est....

**... Agir en adéquation  
avec les différentes valeurs**



# Rôle du communicateur par rapport aux valeurs?



# 1. S'associer à la définition des valeurs organisationnelles

- **Pourquoi?**  
Par son rôle transversal, il a une connaissance approfondie de l'organisation
- **Comment?**
  - en conseillant les parties chargées de définir les valeurs
  - en associant les collaborateurs à la définition des valeurs ( réseau social d'entreprise)

# Valeurs favorisant l'éthique

**responsabilité** : agir volontairement pour justifier et expliquer ses actions devant les parties prenantes pertinentes

**collégialité** : agir loyalement et montrer de la solidarité envers ses collègues

**dévouement** : agir avec diligence, enthousiasme et persévérance

**efficacité** : agir pour réaliser les résultats désirés

**expertise** : agir avec compétence, comportement adapté et connaissance

**honnêteté** : agir de façon authentique et se conformer aux promesses

**impartialité** : agir sans préjugé ou biais envers des groupes d'intérêts spécifiques

**incorruptibilité** : sans préjugés et biais envers des intérêts privés

**innovation** : agir avec initiative et créativité

**légalité** : agir en accord avec les lois et règlements existants

**obéissance** : agir en conformité avec les instructions et selon les politiques

**profitabilité** : agir pour obtenir des gains

**fiabilité** : agir d'une façon digne de confiance et consistante envers les parties prenantes pertinentes

**réactivité** : agir en accord avec les préférences des citoyens et des clients

**épanouissement** : agir pour stimuler le développement professionnel et le bien-être des travailleurs

**serviabilité** : aider et offrir des qualités et services pour les citoyens et les clients

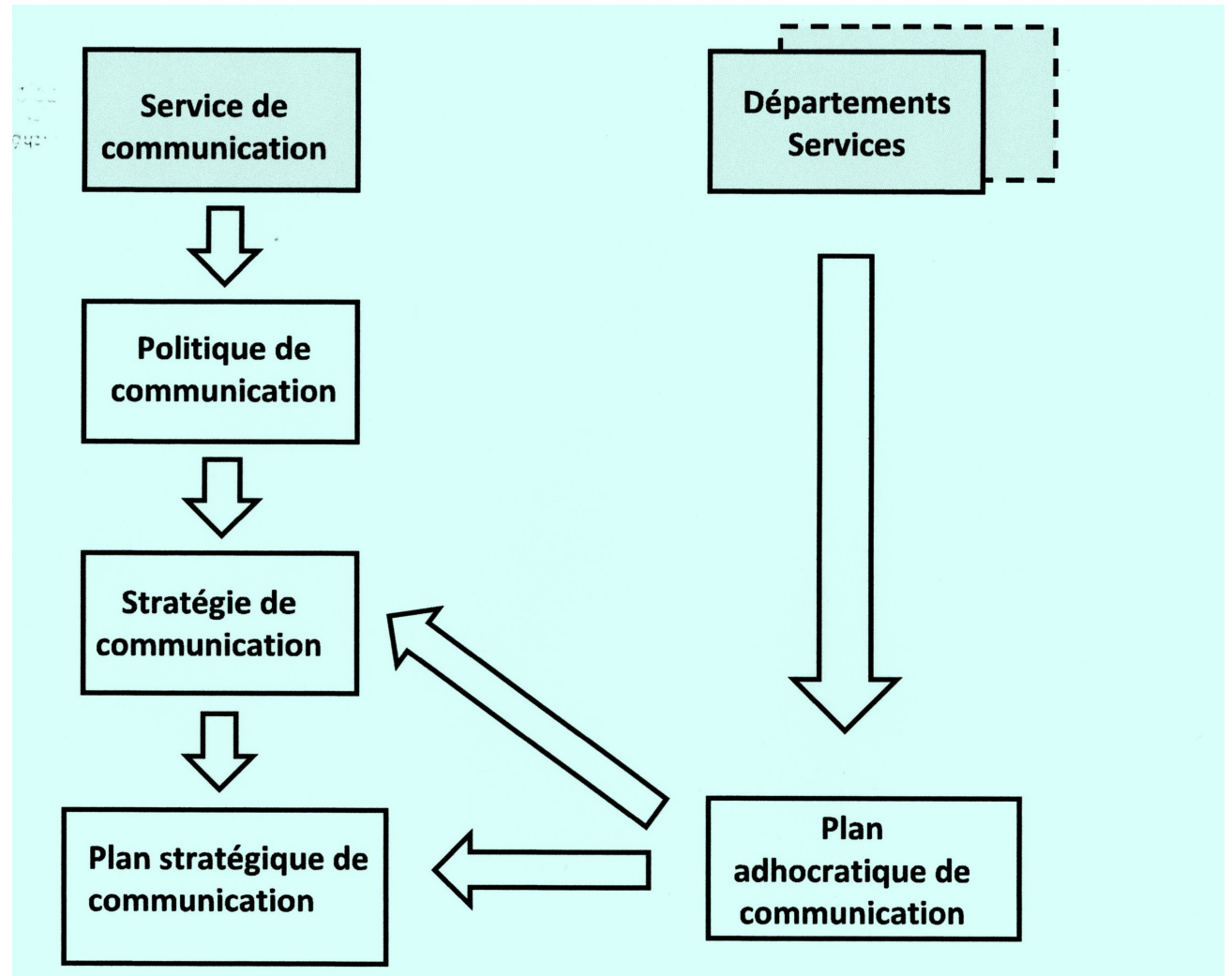
**justice sociale** : agir pour une société juste

**durabilité** : agir pour la nature et l'environnement

**transparence** : agir de façon ouverte, visible et contrôlable

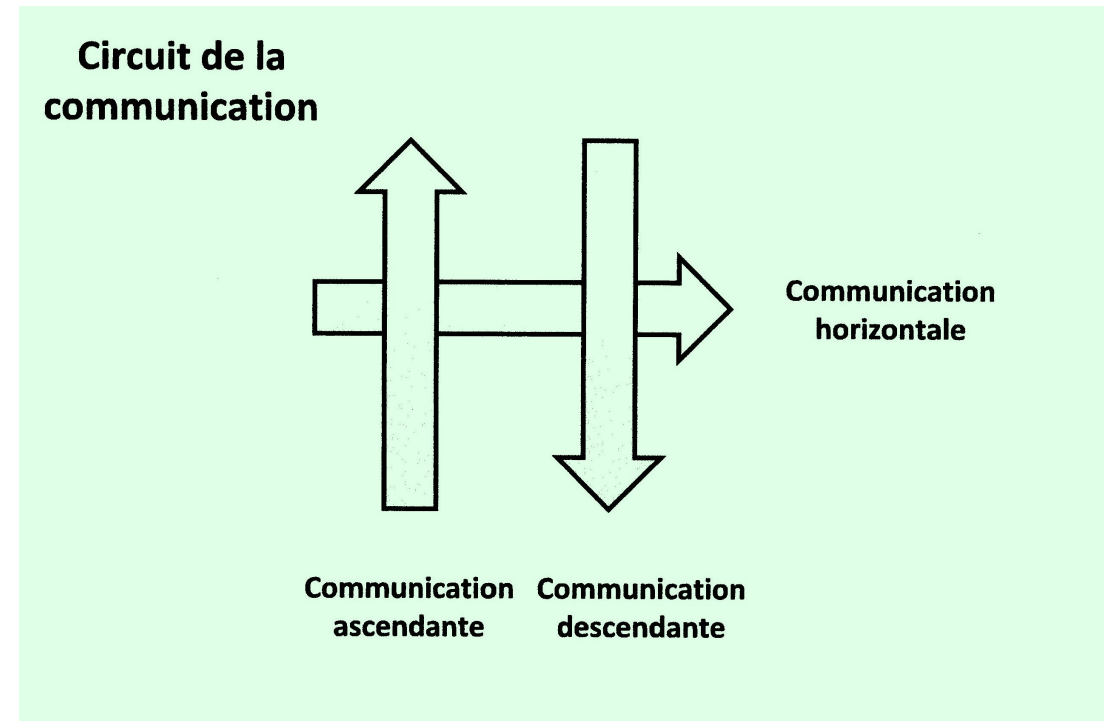
## 2. Contribuer à faire connaître et adhérer aux valeurs

- Intégrer les valeurs dans la politique de communication
- La communication est l'affaire de Tous



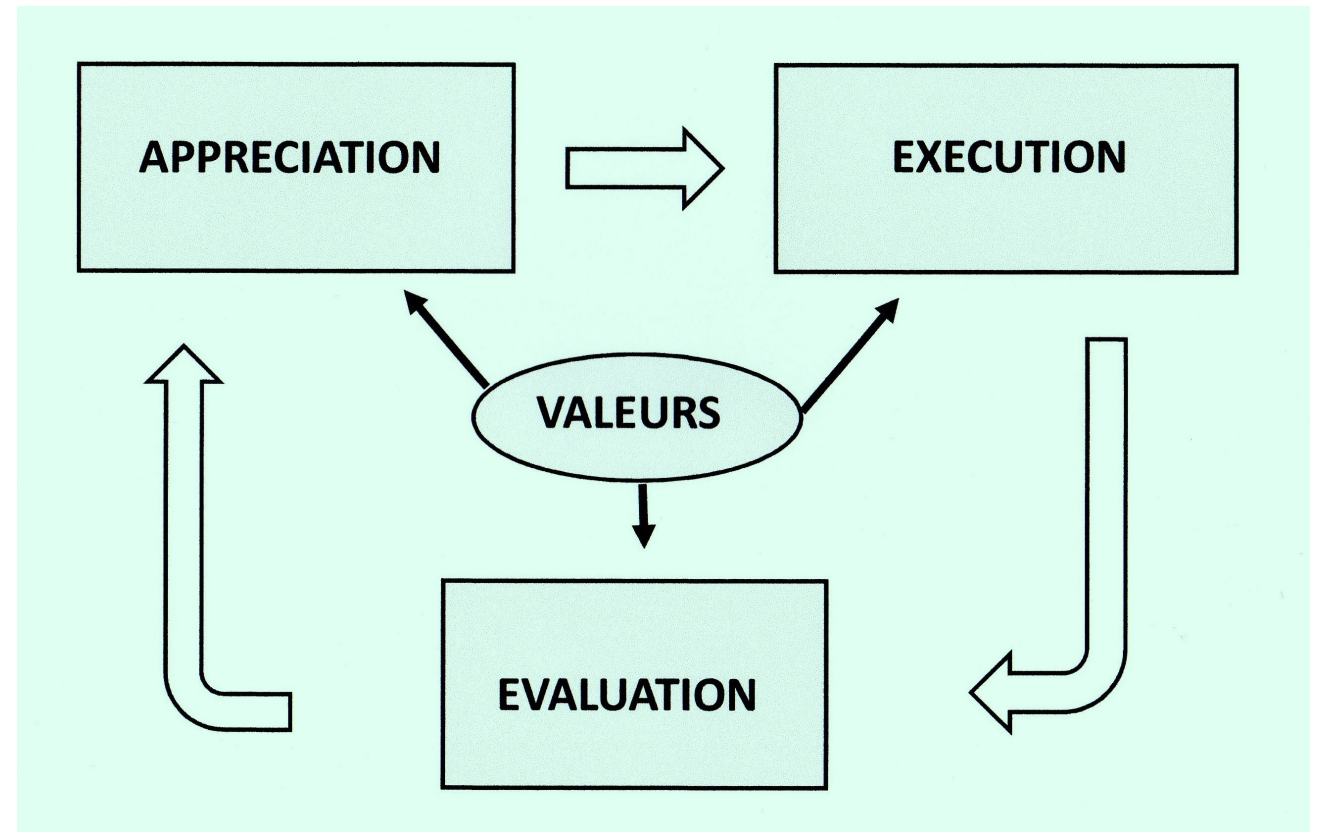
# 3. Rendre la communication crédible par rapport aux valeurs

- **Développer une structure de Com en adéquation avec les valeurs**  
Ex: si Ouverture et Confiance, alors structure décentralisée/déconcentrée
- Favoriser une circulation tous azimuts
- Evoluer vers des outils collaboratifs
- Se doter de codes déontologie





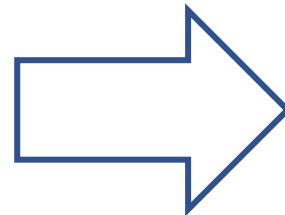
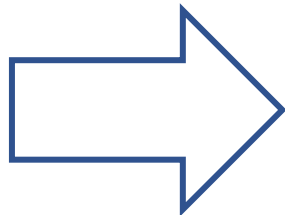
- **Développer une organisation éthique du travail de communication**



Évaluer les paramètres en jeu

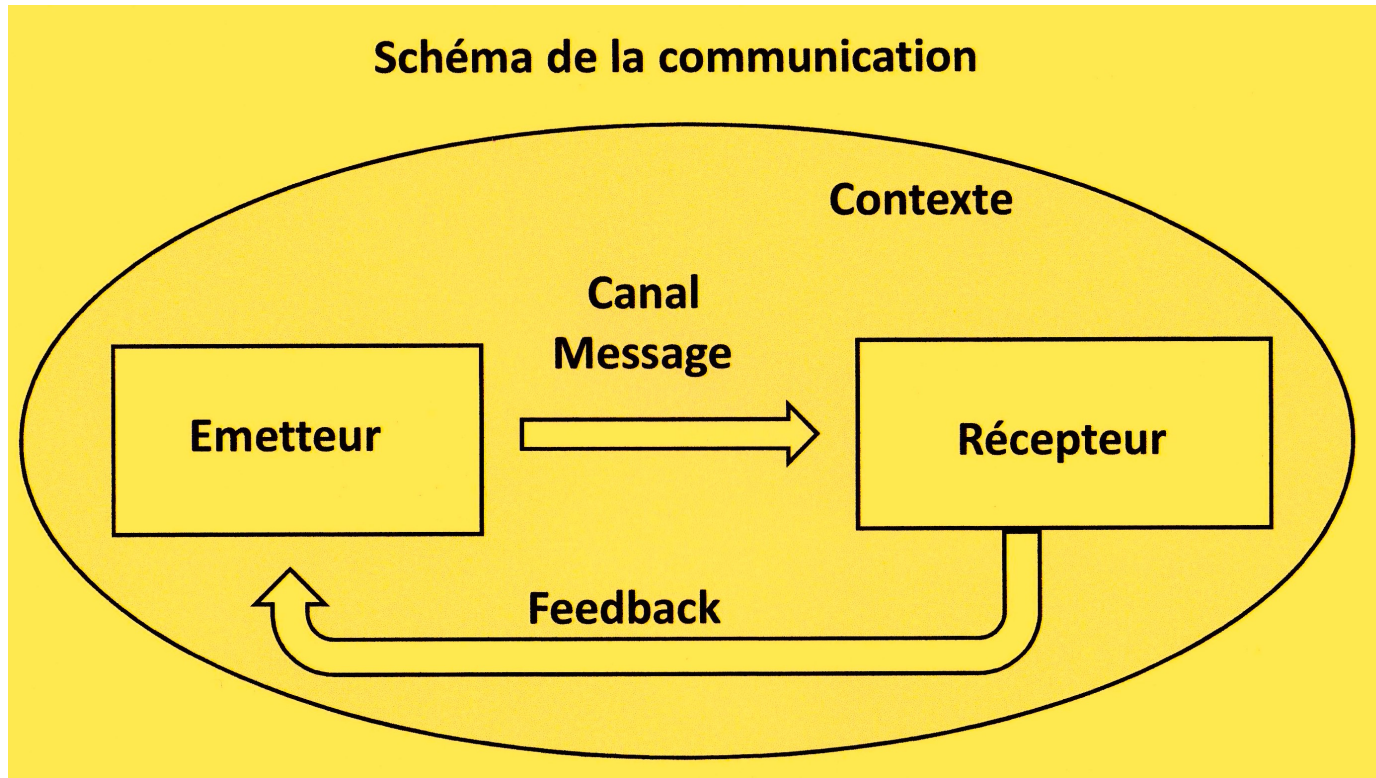
Paramètres à examiner	Questionnement	Implications au niveau de la communication	Sur quelles bases ?
Par rapport à quoi ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>Est-ce que mon projet de communication correspond à une des finalités de la politique de communication ?</li> </ul>	Il n'y a pas de politique de Com, mais la nécessité de communiquer découle du code de déontologie	<ul style="list-style-type: none"> <li>Art. 1<sup>er</sup> : obligation d'informer</li> <li>Art. 5 : ambiance positive de travail...</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Quelle approche privilégier ? Minimale ou maximale ?</li> </ul>	Nécessité d'une communication maximale	Valeurs : ambiance de travail (bien-être), respect, orientation clients et rendre compte
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Est-ce que mon projet est en adéquation avec la mission et les valeurs : (1) de l'organisation ; (2) des associations professionnelles de communication (ABCI, IPRA...) ?</li> </ul>	<p>(1) organisation : oui</p> <p>(2) ABCI : oui, car une des missions est : contribuer à l'engagement et au bien-être des collaborateurs...</p>	<p>(1) Valeurs : respect, ambiance de travail</p> <p>(2) Valeur : respect</p>
Pourquoi ?	Est-ce opportun de communiquer ? Avantages et inconvénients ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>Oui</li> <li>(avantages) pour combattre la rumeur, rassurer et contrebalancer le discours des opposants au projet...</li> <li>(inconvénients) les modalités définitives ne sont pas encore connues...</li> </ul>	Valeurs : ambiance de travail et orientation clients

- **Adapter le langage**
  - *corps de garde: bureau d'accueil*
  - *garder: surveiller*
  - *caserne: commissariat*







# Comment intégrer les valeurs dans la communication?

- Le circuit de la décision: aide à la décision



### a. L'émetteur : l'intention de l'organisateur d'événements

Questions	Réponse positive à la question	Réponse négative à la question	Commentaires
Le donateur est-il un organisme de droit privé ?			<ul style="list-style-type: none"><li>• Les sociétés commerciales ne répondent pas a priori à la logique de l'intérêt général. Elles sont davantage animées par des intérêts lucratifs.</li><li>• En cas de réponse positive, examiner davantage le profil de l'organisme.</li></ul>
Le donateur attend-il une contre-partie de la part du service ou peut-on supposer qu'il en soit ainsi ?			<ul style="list-style-type: none"><li>• L'octroi d'avantages de la part d'une entreprise privée résulte toujours d'une intention qu'il y a lieu d'identifier. Il peut ainsi s'agir de bénéficier d'un traitement de faveur, d'un avantage financier, d'un soutien...</li><li>• Si réponse positive : refuser l'avantage.</li><li>• Si réponse négative : vérifier dans quelle mesure l'avantage n'est pas indirect.</li></ul>

Partie pratique

# Casus 1

# Intégrité

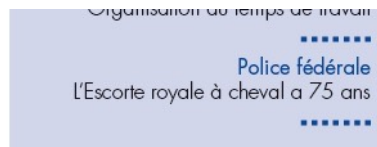


## Consultation des banques de données opérationnelles

Toute consultation qui ne s'inscrit pas dans le cadre de missions de police judiciaire et/ou administrative n'est pas autorisée!

Portal - Intranet - Information policière opérationnelle / BNG - Consultations irrégulières

# Casus 3



**Public**

Police fédérale

Direction des relations internes

Éditeur responsable: Éric Cobut

[www.polsupport.be](http://www.polsupport.be)

Twitter: @Polsupport\_F

Vous pouvez poser vos questions  
au callcenter:

0800 99 272

[polsupport@police.belgium.eu](mailto:polsupport@police.belgium.eu)

[teamware/buma:polsupport](https://teamware/buma:polsupport)

## Organisation du temps de travail



Une gestion et une organisation efficaces du temps de travail peuvent être bénéfiques tant pour le personnel que pour son employeur. L'organisation du temps de travail est d'ailleurs le thème de la dernière affiche intégrité.

Le point 18 du code de déontologie souligne que "les membres du personnel doivent répondre à tout appel relatif à l'exécution du service et éviter tout ce qui pourrait porter atteinte à la confiance du public dans leur disponibilité".

L'affiche, réalisée par le Service communication interne de la police fédérale (DGS/DSIC) sera diffusée dans les prochaines semaines. Des exemplaires supplémentaires pourront ensuite être obtenus auprès de

Laurence Slachmuylders (srt DSI) à l'adresse [polfed.ri@gmail.com](mailto:polfed.ri@gmail.com).

La vision et la politique en matière d'intégrité ainsi que l'ensemble des publications sur le sujet peuvent être consultés sur le site internet [polsupport.be](http://polsupport.be) (égale-



Merci pour votre attention et  
votre collaboration

