



## **ASSOCIATION RESONANCE**

Association des attachés de presse du Languedoc-Roussillon

### **CODE DE DEONTOLOGIE**

Ce code vise à définir les règles et bonnes pratiques des attachés de presse en Languedoc Roussillon. Le respect de ces critères conditionne l'éthique, la crédibilité de la profession et l'efficacité de son exercice. Tout membre de l'association Résonance s'engage à respecter par son adhésion ce code déontologique en 10 règles.

#### **Règle 1 : Professionnalisme**

Est considérée comme attaché de presse, toute personne qui contribue aux relations avec les médias en faveur de l'image et de la notoriété de l'organisme qui l'emploie.

#### **Règle 2 : Qualification**

La qualité d'attaché de presse professionnel est reconnue si les compétences sont acquises par les études ou l'expérience professionnelle (minimum 1 an) et que l'essentiel des activités professionnelles concernent les relations avec la presse.

#### **Règle 3 : Rémunération et indépendance**

Tout attaché de presse professionnel doit être exclusivement rémunéré sous forme de salaires ou d'honoraires. Ceci exclut formellement toute rémunération aux résultats. Les activités d'attaché de presse sont incompatibles avec celles de journalistes, d'agence de presse et d'agent de publicité.

#### **Règle 4 : Missions**

L'attaché de presse professionnel est chargé d'élaborer la stratégie en relations presse, le calendrier, le budget et les outils (communiqués, dossiers, fichiers, press book etc.) offrant le maximum de chances d'atteindre les objectifs souhaités par son client ou son employeur.

#### **Règle 5 : Informations**

Les informations diffusées par un attaché de presse doivent être identifiables, datées, contrôlables et être d'une stricte objectivité sans argumentation de propagande ou de publicité commerciale. L'attaché de presse ne doit diffuser que des informations pour lesquelles il est mandaté.

#### **Règle 6 : Relations avec les médias**

Les informations sont exclusivement transmises aux journalistes et fournies gratuitement ; Les rédactions sont seules juges de l'intérêt des informations qu'elles reçoivent.

Quand certaines informations l'imposent, l'attaché de presse peut faire figurer dans les documents transmis la mention " prière de ne pas insérer avant le... " ou " embargo ".

Lorsque son client ou son employeur désire conserver l'intégralité de son message et obtenir sa parution à une date impérative, il doit procéder à des achats d'espace en se conformant aux règles de la publicité sauf s'il peut bénéficier des dispositions légales sur le " droit de réponse ".

### **Règle 7 : Confidentialité**

Tout attaché de presse professionnel doit respecter les règles du secret professionnel et s'abstenir de révéler des informations confidentielles sans en avoir obtenu expressément l'autorisation de son client ou de son employeur.

### **Règle 8 : Loyauté**

Tout attaché de presse professionnel doit faire preuve d'honnêteté, de probité intellectuelle et de loyauté. Il s'engage à bannir toutes informations qui, à sa connaissance, sont mensongères ou trompeuses.

### **Règle 9 : Concurrence déloyale**

Tout attaché de presse professionnel doit s'abstenir de commentaires désobligeants et de dénigrement sur un produit ou un procédé concurrent. Il s'interdit également toute concurrence déloyale vis-à-vis d'un autre organisme ou d'un confrère.

### **Règle 10 : Obligations professionnelles**

Tout attaché de presse professionnel s'engage à respecter la Déclaration universelle des Droits de l'Homme et en particulier, l'article 19 sur la liberté d'expression et la liberté de la presse.