Union Professionnelle des Métiers de la Communication

Commission Ethique publicitaire

Réunion du 25 mars 2010

Membres présents : Lionel Graindorge, Jean-Francois Dessambre, Philippe Donneaux, Philippe Gillain, Michel Defour,Jean-Claude Massart et Stéphane Dor

Nous accueillons deux nouveaux membres : Laurence Comminette et Christine Donjean

CHARTE

Modifiée – entérinée en réunion de comité directeur
Acceptée à l'unanimité en C.A.

CONDITIONS GENERALES

Après contact avec Madame Stéphanie Delvaux, les conditions doivent être opposables juridiquement, elles doivent être une référence et un label de qualité

Notre priorité est d'intégrer la synthèse des travaux envoyés et pour l'ensemble des membres concernés d'y avoir recours
(fichier word d'AGES annexé)

VADE MECUM de l'appel d'offre réussi

Gestion – Approche déontologique

JFD :
- constat de désarroi dans la procédure actuelle des appels d'offre
- Installer un climat de confiance de prospérité entre les différents intervenants
- Etablir des règles de bon comportement

PhD :
- Comment communiquer ?
- Comment faire pression ?

LG :
- prendre un appel d'offre schématique
- Annoter les points positifs et négatifs
- Cas d'école

JCM :
- Collecter plusieurs appels d'offre différents
- Centralisation des AO via l'UPMC

Laurence : - Sensibiliser les Entreprises d'état et parastatales
- Commune, Province, Communauté Française, Cile, Port autonome, Spi+

MD : - Eviter les appels bidon
- Respect du choix
- In formation dans les deux sens (ceux qui lisent, ceux qui rédigent)

Christine: - code de conduite dans le privé (à transmettre)
- Cadre d'entreprise
- Déontologie appliquée sur la transparence volontaire
- Alternance de fournisseurs
- Pratique irréprochable

JFD : - Etablir une liste de critères de sélection
- Ton positif de recommandation
- Eviter le vindicatif

- *L'attachement à une éthique juste va dans le sens d'une plus grande liberté de création et d'engagement pour le designer tout en respectant la déontologie inhérente au contrôle des dépenses publiques. Au final, c'est la qualité des réalisations et l'image des commanditaires qui en ressortent valorisées.*

- Charte rock & roll en 10 points

Christine: - Pour les RP : charte éthique, conditions de pratique du métier « charte d'Athènes »
- Charte déontologique et éthique
- Conditions d'exercice du métier
- Actuel : pour une communication durable (tendance émergente)
- Déclaration d'intention en la matière (Il existe 1 agence sans impact environnemental)

TACHES :

Christine :
- Conduite interne
- Charte Ethique Athènes
- Communication durable
- Synthèse charte éthique

Laurence :
- Résumé sur la procédure d'appel d'offre
- Charte Ethique Athènes

JFD :
- Ressortir le document

PhG et SD :
- Conditions générales via AGES

Prochaine réunion, le jeudi 29 avril à 11h chez Fortemps.