

# **Code de Conduite régissant les images et les messages**

**2006**



## Préface

Ce Code de conduite régissant les images et les messages a été élaboré par les ONG engagées dans les domaines de l'aide d'urgence, du développement à long terme et de l'éducation au développement.

Le but de ce Code de conduite est de fournir un cadre dont les ONG puissent s'inspirer pour concevoir et mettre en œuvre leur stratégie de communication auprès du public. Le Code propose un ensemble de principes susceptibles d'aider, de manière cohérente et équilibrée, les acteurs des organisations dans leurs efforts de communiquer les programmes et valeurs de leurs organisations.

Les signataires de ce Code sont fortement conscients des nombreux défis et des multiples difficultés qu'implique la communication du scandale et de l'injustice de la pauvreté tout en s'efforçant de rencontrer les idéaux proposés par ce Code. Dans le monde d'aujourd'hui, les images d'extrême pauvreté et de détresse humanitaire sont négatives mais ne peuvent être ignorées. Le nier serait contraire à l'esprit de ce Code, dont le but est que la réalité de l'existence des populations concernées soit représentée avec sensibilité et dans le respect de leur dignité.

Les images et les messages doivent chercher à présenter de façon complète l'aide, qu'elle soit interne ou externe, ainsi que le partenariat qui en découle souvent entre ONG locales et internationales.

Les valeurs de dignité humaine, de respect et d'authenticité, telles que présentées dans ce Code, doivent sous-tendre l'ensemble des communications. Les signataires de ce Code sont déterminés à respecter ces principes et à les appliquer à leurs politiques et procédures internes. Ils sont également déterminés à travailler de manière constructive avec celles et ceux dont le travail implique de communiquer sur les questions de pauvreté dans le monde et à explorer les moyens de refléter ces principes dans d'autres domaines de communication.

En signant et en soutenant ce Code, les ONG continueront à donner aux questions de développement toute leur importance aux yeux du public en l'aidant à percevoir, au-delà de quelques formules et images passe-partout, toutes les valeurs qu'elles cherchent à promouvoir.



## Code de conduite régissant les images et les messages

### a. Principes directeurs

Le choix des images et des messages sera effectué sur la base de principes indérogables :

- ④ le respect pour la dignité des personnes concernées ;
- ④ la croyance dans l'égalité de toutes les personnes ;
- ④ l'acceptation de la nécessité de promouvoir l'équité, la solidarité et la justice.

Nous nous efforcerons par conséquent, dans l'ensemble de nos communications, à chaque fois que cela pourra être raisonnablement envisagé et sans trahir la réalité de la situation que nous cherchons à restituer :

- de choisir des images et des messages obéissant aux valeurs de respect, d'égalité, de solidarité et de justice ;
- de représenter fidèlement toute image ou toute situation, dans son contexte tant immédiat que plus large, de manière conforme à la réalité, afin d'améliorer au sein du public la compréhension des réalités et complexités du développement ;
- d'éviter les images et les messages de nature à stéréotyper la réalité et les personnes représentées, de façon sensationnelle ou discriminatoire ;
- d'utiliser des images, des messages et des études de cas moyennant le plein accord, la participation et autorisation des sujets concernés (ou des parents/ tuteurs de ces sujets) ;
- de veiller à ce que celles et ceux dont la situation est représentée aient l'opportunité de communiquer eux-mêmes leur histoire ;
- d'établir si les sujets souhaitent être nommés ou identifiés et de toujours agir en conséquence ;
- de se conformer aux normes les plus élevées eu égard aux droits fondamentaux et à la protection des personnes vulnérables ;
- de se conformer aux normes les plus élevées relatives aux droits des enfants en vertu de la Convention relative aux droits de l'enfant (CDE) - dans la mesure où les enfants sont les sujets le plus souvent représentés.



## b. Déclaration d'engagement

En tant que signataires de ce Code, nous confirmons que notre engagement à nous conformer à ces pratiques exemplaires en matière de communication concerne l'ensemble de notre organisation.

En signant ce Code, nous nous engageons à mettre en place des mécanismes suffisamment efficaces garantissant que ses principes sont mis en œuvre à travers l'ensemble des activités de notre organisation.

Nos responsabilités en tant que signataires de ce Code impliquent que nous rendions compte de nos communications publiques comme suit :

1. Nous ferons connaître l'existence de ce Code au public et à l'ensemble de nos partenaires et mettrons en place un mécanisme à travers lequel toute personne pourra émettre ses commentaires sur la mise en œuvre des principes du Code et en vertu duquel tout représentant de l'opinion publique disposera d'un droit de questionner notre application du Code.
2. Nous ferons part de notre engagement à respecter des pratiques exemplaires dans la communication des images et des messages dans l'ensemble de nos positions politiques publiques en affichant la déclaration suivante sur les documents concernés (rapports annuels, site web, positions politiques, documents de gouvernance, brochures et matériel de communication, etc.) :  
  
*"<Nom de l'organisation> a signé le Code de conduite régissant les images et les messages" ([www.nomdel'organisation.org/Code](http://www.nomdel'organisation.org/Code)) merci d'envoyer vos commentaires à l'adresse [Code@nomdel'organisation.org](mailto:Code@nomdel'organisation.org)"*
3. Nous nous engageons à évaluer nos communications publiques sur une base annuelle au regard des principes directeurs définis.
4. Nous mettrons la référence à l'adhésion au Code dans les principes régissant l'action de notre organisation et ferons en sorte que ses instances dirigeantes s'engagent à le mettre en œuvre et à y adhérer.
5. Nous veillerons à ce que l'ensemble des fournisseurs, des entrepreneurs et des médias travaillant avec notre organisation adhèrent au Code.
6. Nous nous engageons à former notre personnel à l'utilisation des images et des messages.
7. Nous nous engageons à nous réunir sur une base annuelle et à partager notre expérience de l'utilisation et de la mise en œuvre du Code avec les autres organisations signataires.

Signature:

Organisation:

Date: