



Organiser un projet, un événement, une action de communication au sein de la Haute Ecole n'est pas un acte anodin. Plus qu'un simple groupement d'instituts, HELMo est une communauté fondée sur des valeurs réfléchies et partagées. Elles ont été détaillées dans le PPSC (projet pédagogique social et culturel) et déclinées dans la Charte de communication.

Chaque acteur qui agit sous la bannière HELMo doit donc adhérer à ces valeurs.

Pour vous y aider de manière très concrète, à la demande du CA, une commission a rédigé le document suivant qui répertorie une série de questions qu'il est bon de se poser avant de lancer la communication de son projet.

L'objectif n'est pas de donner des réponses toutes faites ou de contraindre les organisateurs à répondre à toutes les questions¹. Le but est plutôt d'amener chaque organisateur à réfléchir sur sa communication et à assumer celle-ci. En cas de problème ou de réclamation, les questions ci-dessous pourront servir de guide dans la discussion.

Définition du message

1. Qui parle, à qui, de quoi, par quel(s) canal (canaux) de communication ?
2. Toutes les informations nécessaires sont-elles présentes dans la communication ?

Institution

3. Les responsables hiérarchiques sont-ils avertis ?
Ma direction est-elle prévenue ? Quelles sont les conditions pour mettre en place mon projet ? Dois-je porter mon projet dans certains organes de décision de la Haute Ecole ?
4. Le service communication doit-il être impliqué ?
 - Si j'utilise un des logos HELMo, y suis-je autorisé ? Ai-je besoin d'un soutien pour communiquer (affiches, site web, e-mails,...)?

Respect des personnes - Respect de la diversité

5. Ai-je tenu compte de la diversité des publics de HELMo auxquels je m'adresse ?
 - A l'interne, les publics de HELMo sont : les étudiants, les membres du personnel, les membres de la direction et du PO.
 - A l'externe : les futurs étudiants, les écoles secondaires, les partenaires de stages, les milieux professionnels, les responsables politiques,...
 - HELMo s'adresse à plusieurs secteurs aux sensibilités différentes : économique, social, paramédical, pédagogique, technique, artistique,...
6. Ai-je été attentif à éviter la discrimination à quels que niveaux que ce soit : socio-économique, culturel, spirituel, sexiste, etc. ?
 - lors des événements, la politique des prix pratiquée n'est-elle pas discriminatoire ?
 - Lors des événements, a-t-on tenu compte des personnes à mobilité réduite ?

¹ Les questions sont données à titre d'exemple, leur liste n'est pas exhaustive.

7. Si je donne la parole à des responsables politiques ou syndicaux, ai-je veillé à l'équilibre et à la pluralité de l'information venant des partis démocratiques ou des partenaires sociaux ?

Citoyenneté

8. Mon projet est-il en accord avec le développement durable?
- Le papier utilisé est-il FSC ou recyclé ? Les produits utilisés lors des pauses sont-ils issus du commerce équitable? La gestion des déchets est-elle conforme avec les règles de tri ? etc.
9. Les publics visés sont-ils incités à des comportements responsables ?
- Lors des événements, évite-t-on de pousser à une consommation excessive d'alcool ?
 - Comment ai-je prévu de faire face aux exagérations ?

Rigueur

10. Ai-je vérifié l'authenticité des informations que je veux diffuser ?
- Les sources ont-elles été vérifiées ? Les propos sont-ils replacés dans leur contexte ?
11. Les droits d'auteur sont-ils respectés ?
- Les sources sont-elles citées ?
 - Ai-je l'accord de l'autorité ad hoc pour utiliser des logos, des textes, des photos sujettes à des droits d'auteur ?
 - Les photos sont-elles utilisées avec l'accord des personnes représentées ?
 - La Sabam est-elle prévenue si de la musique est diffusée ?
12. L'information à transmettre respecte-t-elle la confidentialité et les règles de déontologie ?

Style

13. Le style de la communication est-il approprié à l'événement?
- Le ton doit-il être sérieux ou peut-il être familier ? Si je fais de l'humour, suis-je sûr de ne pas être blessant ou vulgaire ?
14. N'est-il pas porté atteinte à l'image de HELMo / de l'institut / de la section ?

Sponsoring

15. Le sponsor éventuel se comporte-t-il en accord avec le PPSC et la Charte de communication ?
16. Les produits ou services promus par le sponsor sont-ils cohérents avec la manifestation et/ou les activités d'enseignement ?

Pour vous aider dans votre réflexion par rapport à ce document, n'hésitez pas à faire appel au service communication :

HELMo - Service Communication

Nicolas Charlier, responsable

04 220 61 03

n.charlier@helmo.be

En cas de litige, le comité d'éthique peut être saisi (voir point 6 de la Charte).