Principes généraux de la communication fédérale

NOTORIÉTÉ INSTITUTIONNELLE

Les communicateurs et les porte-parole diffusent, au nom de l'institution, des informations officielles.

Ils agissent en tant que sources authentiques, fiables et intègres.

AU SERVICE DU PUBLIC

Les communicateurs sont à l'écoute de leurs publics cibles, des personnes touchées par la fracture numérique aux personnes qui sont "digital first".

Ils les consultent pour adapter les contenus aux besoins et aux situations.

QUALITÉ DES CONTENUS

L'information délivrée est exacte et maintenue à jour.
Elle est neutre et factuelle.

L'information générale est complétée par des informations spécifiques.

INTERACTIVITÉ

Les communicateurs répondent aux questions et demandes d'informations via des canaux adaptés et variés.

Ils encouragent les citoyens à faire circuler les informations émanant des institutions publiques, notamment sur les réseaux sociaux.

PROACTIVITÉ

Les communicateurs délivrent d'initiative et en temps opportun des informations impartiales et pertinentes.

Ils offrent des services sur mesure, de manière personnalisée et simplifiée à chaque fois que cela est possible.

COOPÉRATION TRANSVERSALE

Les services de communication partagent leurs informations et leurs connaissances.

Ils recherchent des synergies.

EFFICACITÉ ET EFFICIENCE

Le "digital first" est au centre de l'approche communicationnelle dans un souci d'économie et d'écologie.

Les services mettent des moyens en commun : technologies, contrats-cadres…

MESURE

Les communicateurs évaluent chaque année leur plan stratégique pour l'améliorer en continu.

Ils évaluent la valeur ajoutée potentielle de toute campagne et action avant d'y recourir.

Éditeur responsable : Arlin Bagdat - 16 rue de la Loi - 1000 Bruxelles

.be