

Lignes directrices de communication publique du Fonds national suisse

1. Préambule

Fondation privée agissant sur mandat public, le Fonds national suisse (FNS) encourage la recherche scientifique et la compétitivité de la place scientifique helvétique. De par ses missions et activités, le FNS s'engage à assurer une communication institutionnelle (de l'institution) et scientifique publique de haute qualité. Dans ce but, il se donne ces Lignes directrices. Il attend de ses collaboratrices et collaborateurs et membres des organes du FNS ainsi que toute personne mandatée par le FNS qu'ils suivent ces standards d'organisation et de qualité de la communication.

Les chercheuses et chercheurs soutenus par le FNS sont tenus de respecter les dispositions relatives à l'exploitation, la mise en valeur, la publication et la mise à disposition des résultats issus de la recherche des articles 46 et 47 du règlement des subsides¹, ainsi que les présentes lignes directrices (cf. 3) lorsqu'ils font usage des instruments de communication du FNS. La communication des programmes de recherche du FNS (PNR, PRN, etc.) fait l'objet de standards de communication complémentaires.

2. Responsabilités

De par les statuts du FNS², le Secrétariat a la responsabilité de mener la communication du FNS. Il veille à assurer une communication efficace avec le public et à valoriser les activités d'encouragement du FNS. Sur délégation de la Direction, la division Communication conduit la communication interne et externe du FNS. Lorsqu'ils sont concernés, le Secrétariat se coordonne avec les autres organes du FNS.

S'expriment officiellement pour le FNS: le/la président-e du Conseil de fondation, le/la président-e du Conseil de la recherche, le/la directeur/trice du Secrétariat, ainsi que le/la chef-fe de la division Communication (porte-parole). D'autres délégations sont possibles.

¹Modification rédactionnelle; règlement des subsides du 27.2.2015, en vigueur dès le 1.1.2016.

² [Statuts](#) du Fonds national suisse du 30.03.2007, article 27, al. 2, litt. d

3. Lignes directrices

Le FNS est tenu au cadre juridique et éthique de la communication publique. A ce titre, le FNS

- suit des principes de politique d'information analogues à ceux de la Conférence des services d'information de la Confédération³
- agit de façon coordonnée et informe préalablement les publics internes (communication intégrée), ainsi que, dans la mesure du possible et pour autant que celles-ci acceptent les modalités de collaboration, les personnes ou organisations externes qui seraient directement concernées par une information institutionnelle ou scientifique.

3.1 Dans sa communication institutionnelle, le FNS

- agit en suivant les principes de continuité, de transparence⁴, de vérité, de justesse, d'objectivité, de cohérence, de dialogue et de légitimité.
- agit dans le respect des divers acteurs publics et du citoyen. Il s'interdit toute propagande tendancieuse, suggestion, manipulation, dissimulation, tromperie et désinformation. Il se limite à une information substantielle et une argumentation objective.
- agit avec proportionnalité, de façon coordonnée et généralement de sa propre initiative. Il n'abuse pas d'autorité morale et ne véhicule pas de messages à caractère idéologique.
- utilise une communication non sexiste qui encourage l'égalité entre femmes et hommes⁵
- agit avec professionnalisme, selon les usages de relations publiques et de journalisme
- base sa communication sur le web. Il y diffuse ses principales informations institutionnelles et scientifiques (notamment une banque de donnée des projets qu'il soutient). Une newsletter électronique permet à toute personne d'être tenue informée de l'actualité.
- diffuse en général ses informations en allemand et en français. Dans la mesure de ses possibilités et priorités, et selon les besoins des publics, il le fait aussi en italien et en anglais.
- organise un « Issue management » pour sa communication autour de thèmes très sensibles pour la société et la politique, ou qui susciteraient la controverse.
- suit des lignes claires de « branding » et de « corporate design ». Tout usage du logo ou du nom du FNS doit suivre l'article 3.4 du règlement sur l'information, ou sinon faire l'objet d'une demande préalable auprès de la division Communication.
- publie des données statistiques sur l'encouragement de la recherche par le biais de son Rapport annuel et de son site web. Il répond, après examen, à d'autres requêtes d'information, dans le cadre du respect du droit des données et de la personnalité.

3.2 Dans sa communication scientifique publique, le FNS

- encourage le dialogue public autour des résultats et des enjeux de la science, favorise l'échange de connaissances entre les scientifiques et les divers publics intéressés et s'engage en faveur de l'accès du public aux résultats de la recherche.
- informe ou argumente en se basant sur des résultats scientifiques actuels et solides.
- mène diverses mesures de communication en collaboration avec les chercheurs soutenus (relations média, magazine scientifique Horizons, publications, web...). Il restreint sa responsabilité éditoriale au choix des sujets, aux instruments de communication choisis, ou encore

³ [Lignes directrices de la Conférence des services d'information de la Confédération, janvier 2003](#)

⁴ Voir la Loi sur la transparence du 01.07.2006

⁵ Voir les [Lignes directrices sur FNS sur l'égalité entre hommes et femmes](#) du FNS du 16.01.2008

aux éventuelles synthèses ou utilisations qu'il en fait: c'est en effet le scientifique qui porte la responsabilité du contenu des résultats. Ce dernier les communique en son nom et ne peut pas engager le FNS en tant qu'institution⁶.

- s'assure que ses mesures de communication sont appropriées aux divers publics et répondent à de hautes exigences professionnelles.
- agit au nom et en faveur de la liberté de la recherche.
- se réfère aux principes de l'éthique et de l'intégrité du chercheur⁷.
- respecte les droits du chercheur en matière de propriété intellectuelle et de protection des données.

3.3 Standards pour les relations médias

Outre les principes énumérés ci-dessus, les relations médias suivent les principes suivants :

- Actualité et importance des résultats scientifiques, l'intérêt potentiel du grand public
- Transparence des renseignements aux journalistes
- Informations en général peer-reviewées, avec une documentation accessible (par exemple par un lay summary, une publication scientifique, un rapport de synthèse, etc.)
- Egalité de traitement des médias lors des mesures de communication actives
- de déontologie journalistique dans la conception et la rédaction des communiqués, conférences ou autre matériel de presse.

Les relations média du FNS sont conduites par la division Communication ou menées sur délégation de celle-ci.

4. Infractions aux standards

Le FNS sanctionnera les infractions aux lignes de conduite ci-dessus, en vertu de l'article 43⁸ du règlement des subsides en ce qui concerne les chercheurs, ou autres procédures ou voies de droit en ce qui concerne les collaboratrices ou collaborateurs et membres du FNS, ou personnes mandatées par lui.

5. Contact

Le PRI se tient à disposition pour des renseignements au sujet de la politique et des activités de communication du FNS.

Sur la base de l'article 27, al. 2, let. d des Statuts du FNS, approuvé par la Direction du FNS le 1^{er} octobre 2008

⁶ Le FNS décide du soutien d'un projet de recherche après avoir évalué la requête par peer-review. A la fin des travaux de recherche, le FNS fait une évaluation finale en estimant l'importance des résultats ainsi qu'en contrôlant le bon usage du financement. L'évaluation des résultats scientifiques se déroule en général par la publication des résultats dans les revues scientifiques.

⁷ Charte européenne du chercheur, Bruxelles 2005

⁸ Modification rédactionnelle ; règlement des subsides du 27.2.2015, en vigueur depuis le 1^{er} janvier 2016.