

Séance 2. RSO.

Le **Rapport Responsabilité Sociétale d'Entreprise** de Ouest-France.
Un exemple de *communication responsable*.

Ouest-France : Présentation

- **Fondateur** : Paul Hutin-Desgrées
- **Année de création** : 1944
- **Premier quotidien en France**

“ Ouest-France s'est développé pour devenir rapidement le premier quotidien en France, diffusé dans douze départements du Grand Ouest." (Page 19) ”

- **Adresse** :

“ "Société Ouest-France - 10 rue du Breil - Rennes - 02 99 32 60 00" ”

Mission et Éthique d'Ouest-France

- **Devise :**

“ "Justice et Liberté." (Page 92) ”

- **Mission :**

“ "Éclairer, informer, relier les citoyens pour faire progresser le bien commun, dans le respect de la dignité de chacun." (Page 92) ”

Charte

“ "Dire sans nuire, Montrer sans choquer, Témoigner sans agresser, Dénoncer sans condamner." (Page 92)

Le socle de cette éthique repose sur le respect absolu de la personne humaine.

”

Un positionnement éthique humaniste

Un positionnement informationnel

- **L'importance de l'information dans le contexte actuel.**

“ **"Le devoir d'information, l'exigence éditoriale et la qualité de l'information." (Page 5)**

”

Évolution du numérique

- **Comment le numérique a transformé la manière dont l'information est consommée.**
- “ Le développement de l'usage de nos lecteurs sur le numérique. Nous devons inciter nos lecteurs à venir très souvent sur notre plateforme en utilisant tous les leviers à notre disposition." (Page 30)

Éthique de l'information

- **L'éthique de l'information comme fondement de la confiance entre le journal et ses lecteurs.**
- “ Il n'est ni question d'être moraliste, ni catastrophiste: les journalistes traiteront du problème mais apporteront aussi des éléments de réponse." (Page 66) ”

Approche numérique

- **L'importance d'une approche numérique pour atteindre et engager davantage de lecteurs.**
- “ La navigation des lecteurs dans un univers connecté fluide et intuitif, qui nous permet de déployer une approche personnalisée de la présentation des contenus." (Page 30) ”

Enjeux écologiques et numériques

- **Comment le numérique peut aider à sensibiliser aux enjeux écologiques.**

“ Pour accompagner cette montée en puissance, un “mini-lab” de quatre journalistes a été installé au cœur du desk numérique.”
(Page 66)

”

Conclusion

- **L'avenir de l'information à l'ère numérique et l'importance de maintenir une éthique solide.**
- **Besoin d'un audit des pratiques. (extérieur)**