



POL-16 : POLITIQUE D'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX

LE GENRE MASCULIN EST UTILISÉ SANS AUCUNE DISCRIMINATION
ET DANS LE SEUL BUT D'ALLÉGER LE TEXTE

POLITIQUE D'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX

TABLE DES MATIÈRES

PRÉAMBULE

1. OBJECTIFS DE LA POLITIQUE
2. DÉFINITIONS
3. MÉDIAS SOCIAUX -UTILISÉS
4. OBJECTIFS
5. PUBLICS CIBLES
6. GESTION DES MÉDIAS SOCIAUX
7. CONTENU DES MÉDIAS SOCIAUX
8. GESTION DES QUESTIONS ET COMMENTAIRES
9. Représentation de la CBLI dans les médias sociaux
10. MESURES D'URGENCES
11. RÉVISION

PRÉAMBULE

À l'ère des nouvelles technologies et de la Communication 2.0, Les Constructions Béland & Lapointe (CBLI) a choisi de faire son entrée dans le monde des médias sociaux il y a quelques années. Cette décision s'inscrit dans le développement stratégique des communications de CBLI qui vise, notamment, à se doter d'un outil de communication réactif et interactif.

Les médias sociaux constituent une vitrine informative, rapide et efficace, qui permet d'étendre la portée des actions de communication en rejoignant directement les clients internes et externes dans leurs habitudes de consommation de l'information. Les médias sociaux utilisés par CBLI ne se substitueront pas à l'éventail des outils de communication utilisés. Ils en seront complémentaires.

1. Objectifs de la Politique d'utilisation des médias sociaux

Les médias sociaux administrés par CBLI sont des lieux d'échange et d'information. Ils reposent sur les principes d'interaction, de collaboration et de partage de contenu.

Afin d'y préserver un climat de courtoisie et des échanges respectueux, la Politique d'utilisation des médias sociaux vise à encadrer et réguler leur utilisation. Cette Politique établit les règles essentielles de conduite et d'utilisation pour tous les usagers, et ce, pour en optimiser l'efficacité et le potentiel. En plus des codes de conduite énoncés dans la Politique, les règles d'éthique, de déontologie, les lois, règlements et politiques auxquels CBLI et ses collaborateurs sont assujettis s'appliquent également aux médias sociaux.

2. Définition de Médias sociaux

Les médias sociaux désignent un large éventail de services Internet et mobiles qui permettent aux utilisateurs de participer à des échanges en ligne, de diffuser du contenu qu'ils ont eux-mêmes créé et de se joindre à des communautés électroniques. Voici une liste non exhaustive de différents médias sociaux :

- blogues : journaux en ligne (WordPress, Tumblr, Blogger, etc) ;
- wikis : sites Internet collectifs où chaque utilisateur peut participer à la création de contenu (Wikipédia, etc) ;
- sites de réseautage social : offre la possibilité aux utilisateurs de se créer un profil et d'échanger des informations avec d'autres utilisateurs (Facebook, LinkedIn, etc.) ;
- services de microblogage : permettent aux utilisateurs d'envoyer de courts messages et de partager les messages des autres (Twitter, etc.) ;
- sites de partage de médias : permettre aux utilisateurs de partager du contenu médiatique comme des vidéos ou des photos (YouTube, Pinterest, Instagram, Vine et SnapChat, etc.)

3. Médias sociaux utilisés

La présente Politique utilise l'expression Médias sociaux pour pouvoir inclure dans son application tous les autres médias sociaux qui pourraient être administrés par la CBLI ultérieurement.

Liste de médias sociaux utilisés

FACEBOOK
LINKEDIN
INSTAGRAM
Site web CBLI

4. Objectifs

Les médias sociaux utilisés par la CBLI visent à :

- augmenter la fréquence des communications les clients internes et externes;
- être à l'écoute des clients internes et externes et connaître leurs opinions sur les actions réalisées par la CBLI;
- stimuler la participation des clients internes et externes à la vie de l'organisation ;
- ajouter des outils supplémentaires pour communiquer avec CBLI;
- développer le sentiment d'appartenance ;
- faire connaître CBLI, dynamiser son image et contribuer à son rayonnement;
- disposer d'un outil de communication rapide et efficace avec les clients internes et externes cas de situation exceptionnelle.

Ils serviront, notamment, à :

- promouvoir les activités, les événements et les services aux citoyens ;
- diffuser de l'information d'intérêt public ;
- valoriser les actions et les projets réalisés ;
- lancer des campagnes de sensibilisation et de consultation des citoyens ;
- publier les appels d'offres, avis publics, règlements et offres d'emploi.

Selon le cas, la CBLI pourrait aussi y effectuer des placements publicitaires.

5. Publics cibles

La Politique d'utilisation des médias sociaux s'adresse à tous les usagers des médias sociaux administrés par la CBLI, et plus particulièrement aux :

- donneurs d'ouvrage de CBLI ;
- employés CBLI ;
- fournisseurs et sous-traitants ;
- associations, organismes ;
- professionnels et entreprises ;
- consultants ;
- visiteurs ;
- collaborateurs ;

- professionnels des médias ;
- toute personne intéressée par la CBLI, les actions réalisées au sujet de la vie de l'organisation.

6. Gestion des médias sociaux

La gestion des médias sociaux de la CBLI demande du temps. Pour en faciliter le travail, elle doit être confiée à des personnes désignées.

Création de nouveaux comptes sur les médias sociaux

Afin de suivre l'évolution des technologies et des communications, la CBLI s'assurera de demeurer à l'écoute des besoins de ses clients internes et externes et développera ses outils de communication selon les besoins.

La création de nouveaux comptes devra être analysée et planifiée, afin de bien comprendre la clientèle cible et leur complémentarité avec les outils de communication déjà utilisés. La responsabilité de suggérer la création de nouveaux comptes de médias sociaux revient au Service des communications ou son responsable. Seuls les comptes autorisés par la Direction générale pourront être ouverts et administrés.

Rôle du Service des communications ou responsable

Le Service des communications ou responsables joue un rôle essentiel dans la présence de la CBLI sur les médias sociaux. Ce service s'assure de l'uniformité et de la pertinence des informations véhiculées dans tous les outils de communication. Il lui revient donc de gérer les médias sociaux administrés au nom de la CBLI.

Ses tâches seront de :

- créer et gérer un calendrier éditorial en complémentarité avec le contenu des autres outils de communication ;
- publier de l'information (programmée ou non) ;
- gérer les commentaires des usagers en collaboration avec les responsables des différents départements ;
- répondre aux questions des clients internes et externes ou référer aux bonnes ressources au besoin ;
- modifier l'aspect visuel des médias sociaux ;
- effectuer une veille stratégique ;
- analyser les statistiques d'utilisation.

Le travail du Service des communications ou son responsable est effectué sous l'autorité de la Direction générale.

Période de vacances ou congé prolongé

Lors de période de vacances ou de congés prolongés, les personnes désignées pour gérer les médias sociaux devront être remplacées. La Direction générale désignera les remplaçants temporaires.

Autorisation à gérer les médias sociaux de la CBLI

Toute publication de messages au nom de la CBLI sur les médias sociaux doit être effectuée par les personnes autorisées. Les employés ne peuvent en aucun cas parler au nom de la CBLI dans leurs publications. Il en est de même pour les partenaires CBLI, les employés, clients, sous-traitants, fournisseurs, etc. Les personnes autorisées à gérer les médias sociaux sont :

- VP exécutif ;
- DDA ;
- Directeur général.

Toute autre personne pourra être désignée par la Direction générale au besoin.

7. Contenu des médias sociaux

Le contenu des médias sociaux est réfléchi, planifié et programmé. Les employés attirés à la gestion des médias sociaux sont des courroies de transmission des informations relatives à la vie de CBLI. Ils doivent s'assurer de divulguer des informations exactes et véridiques dans des délais raisonnables.

Il est permis et encouragé de discuter de différents sujets sur les médias sociaux utilisés par la CBLI. Ces échanges doivent être réalisés dans le respect de la Politique d'utilisation des médias sociaux et aux conditions d'utilisation propres de chacun des médias utilisés. Les conditions d'utilisation sont disponibles sur les sites officiels respectifs de chacun des médias sociaux.

Les informations qui sont diffusées sur les médias sociaux n'ont pas préséance sur celles qui sont diffusées dans les canaux d'informations habituels. Les changements ou évolutions dans la position officielle de la CBLI seront communiqués dans les différentes publications officielles selon leur périodicité et le besoin.

Nétiquette

Une nétiquette est nécessaire au bon fonctionnement des médias sociaux. Il s'agit des règles de bonne conduite qui encadrent l'utilisation des médias sociaux utilisés par la CBLI. Les usagers sont invités à en prendre connaissance avant d'interagir sur les médias sociaux. Il sera, toutefois, considéré que ces conditions sont comprises par tous les usagers, acceptées sans restriction et appliquées sans avertissement préalable. Les propos qui ne respectent pas la nétiquette seront retirés sans avis et sans délai. Les usagers récidivistes enfreignant la nétiquette pourront être exclus du compte de média social en question. Une mise en garde à ce sujet sera affichée sur les médias sociaux utilisés par la CBLI et sur le site Internet de CBLI.

La nétiquette prévoit que les commentaires doivent être pertinents et avoir un lien avec le contenu des sujets publiés. Elle interdit les informations et commentaires définis ci-dessous à l'égard de quiconque (individus, entreprises, associations, organismes, partis politiques, CBLI, employé de CBLI, etc.) :

- commentaires qui violent la vie privée ;
- attaques ou insultes ;

- commentaires discriminatoires, désobligeants ou offensants ;
- commentaires diffamatoires, faux ou trompeurs. Vérifiez les faits avant de les publier sur les médias sociaux ;
- commentaires à caractère politique, partisan, religieux, haineux, sexiste, indécent, obscène, abusif, raciste, homophobe, xénophobe ou irrespectueux;
- langage agressif, grossier ou violent ;
- pourriels et toute forme de sollicitation ou publicité, d'un individu, d'une entreprise ou d'une organisation à caractère privé et commercial ;
- commentaires publiés à répétition ;
- commentaires incompréhensibles ou non pertinents ;
- commentaires qui enfreignent les droits d'auteur ;
- commentaires qui encouragent ou suggèrent une activité illégale.

Les échanges sur les médias sociaux devront, en tout temps, être respectueux et courtois.

Langue officielle

La CBLI est assujettie à la Charte de la langue française. La langue de communication utilisée avec les clients internes et externes est donc le français. Les messages doivent être compréhensibles et respecter le bon usage de la langue française. Toutefois, il convient que certains termes techniques anglophones soient requis et que des exceptions soient prévues lors d'enjeux relatifs à la santé et la sécurité. Si la CBLI est interpellée en anglais par clients internes et externes, elle pourra répondre en anglais. La qualité de la langue doit être la plus impeccable possible en toute circonstance.

Activités et événements

La CBLI fait la promotion sur ses médias sociaux des activités et événements qu'elle organise et dont elle est partenaire. Le choix de diffuser d'autres activités et événements reste à sa discrétion.

Publicités

Aucune publicité ne sera faite sur les différents médias sociaux utilisés par la CBLI, à l'exception des publicités conçues par CBLI.

Hyperliens

Les usagers des médias sociaux de la CBLI sont autorisés à publier des hyperliens, dans la mesure où leur contenu est pertinent avec les sujets abordés. La CBLI publie aussi des hyperliens qu'elle juge pertinents pour ses clients internes et externes et en lien avec sa mission, mais n'est cependant pas responsable du contenu externe vers lesquels mènent ces hyperliens. L'inclusion de liens externes ne constitue pas un endossement, une commandite, une association ou une affiliation de la CBLI avec le site relié.

Utilisation d'images, de vidéos, de bandes sonores ou de tout autre contenu protégé par le droit d'auteur

La Loi sur le droit d'auteur et la législation concernant la propriété intellectuelle s'appliquent sur les médias sociaux.

La CBLI s'assure de respecter le droit d'auteur et la vie privée lors de ses publications. Par conséquent, seules les images autorisées sont publiées sur les médias sociaux de CBLI. Au besoin, la source des images sera indiquée directement sur les images publiées ou dans le texte qui accompagne les images en question.

Tout émetteur d'un message accompagné ou non d'images, vidéos, de bandes sonores ou de tout autre contenu protégé par le droit d'auteur doit toujours s'assurer d'avoir obtenu les droits de la (des) personne(s) identifiables ou de leur(s) représentant(s) légal(aux) pour les utiliser. Pour plus de renseignements sur les droits d'auteurs, il est possible de consulter le site de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada ou encore les conditions d'utilisation des médias sociaux.

Abonnements et abonnés

La CBLI n'est pas responsable des commentaires et des opinions des usagers. En aucun cas, il doit être interprété que la CBLI soutient ou endosse les propos partagés par les personnes abonnées à ses médias sociaux, ni par les comptes de médias sociaux qu'elle suit dans le cadre de son mandat.

Demandes médias

La CBLI ne répondra pas aux demandes d'entrevue et aux questions des médias posées sur les médias sociaux que ce soit en messages privés ou publics. Les médias devront continuer de communiquer avec le Service des communications ou responsable par courriel ou téléphone.

Plaintes

La gestion des demandes d'information et de commentaires est un élément important des médias sociaux. Bien que la CBLI réponde à plusieurs questions publiées sur ses pages de médias sociaux, les plaintes des clients internes et externes ne seront pas traitées publiquement sur les médias sociaux. Les gestionnaires des médias sociaux s'assureront que le service visé par la plainte soit avisé de celle-ci et qu'un suivi sera fait auprès de la personne ayant formulé la plainte. Pour formuler une plainte, les clients internes et externes devront communiquer directement avec la CBLI à info@cbli.ca ou au 418.831.8638 poste 104.

Confidentialité - Protection des renseignements personnels et confidentiels

Les pratiques de la CBLI en matière de protection de la vie privée sont conformes aux lois et aux règlements fédéraux et provinciaux. La CBLI est tenue à la confidentialité des informations personnelles qui lui sont transmises. Aucun renseignement personnel obtenu dans le cadre du travail ni aucune information non publique ne peuvent être divulgués sur les médias sociaux. De même, la CBLI ne peut pas traiter d'un cas ou d'un dossier particulier sur les médias sociaux ni divulguer des renseignements de nature confidentielle, telle que, les informations relatives aux dossiers d'enquêtes. Si vous souhaitez obtenir des renseignements précis, il faut faire une demande d'accès à l'information auprès du Service des communications ou son responsable info@cbli.ca ou au 418.831.8638. De plus, la CBLI ne peut se prononcer sur des questions qui enfreignent ses règles d'éthiques et de déontologie.

Au même titre que CBLI, chaque utilisateur a la responsabilité personnelle de ses commentaires et des renseignements qu'il fournit ainsi que la responsabilité de protéger sa vie privée et de respecter la vie privée des autres.

8. Gestion des questions et des commentaires

La gestion des questions et commentaires publiés sur les médias sociaux de la CBLI relève de la responsabilité des personnes autorisées par la Direction générale.

Délai de réponse

Les réponses aux commentaires et aux questions sont réalisées durant les heures officielles d'ouverture des bureaux, à l'exception des situations d'urgence. Les heures d'ouverture des bureaux sont du lundi au vendredi de 8 h à 12 h et de 13 h à 17 h, sauf durant la période des vacances de la construction estivale et hivernale, estivales de la fête des Patriotes à la fête du Travail où les horaires du vendredi sont de 8 h à 12 h 30. Une veille constante des médias sociaux sera cependant effectuée. Il pourrait donc arriver qu'une réponse soit fournie en dehors de ces horaires ou qu'une information soit diffusée grâce aux options de publications différées. De façon optimale, un suivi devrait être effectué dans les 48 heures suivant la question ou le commentaire.

Bien que l'usage des médias sociaux implique la notion de rapidité et d'instantanéité, certaines vérifications sont nécessaires auprès des différents services de la CBLI. Un délai est donc à prévoir lors d'interventions qui nécessitent certaines vérifications. Dans ces cas, la personne pourrait recevoir une réponse temporaire pour lui confirmer que sa publication a été prise en compte. De plus, le service en question pourrait être appelé à contacter directement les citoyens.

Ton des échanges

Seuls les questions et les commentaires formulés adéquatement et dans le respect seront considérés pour une réponse. Les réponses pourront être données publiquement ou personnellement selon la nature du questionnement. En tout temps, un ton courtois, poli et professionnel doit être utilisé.

9. Représentation de la CBLI dans les médias sociaux

Logo de la CBLI

Le logo officiel de la CBLI doit apparaître sur ses différents médias sociaux. L'utilisation des logos de la CBLI est régie par sa Politique d'utilisation des logos disponible en ligne au www.beland-lapointe.com. Leur utilisation est interdite par quiconque en dehors des balises fixées par la Politique d'utilisation des logos qui prévoit notamment l'obtention d'une autorisation dans plusieurs cas. Il en est de même pour toutes les composantes de l'identité visuelle de CBLI : couleurs, signature, slogan, devise, etc.

Employés CBLI

La CBLI est favorable à l'utilisation des médias sociaux et encourage ses employés à participer à la vie numérique, à partager et à faire rayonner les messages officiels, sur leurs comptes personnels en dehors de leurs horaires de travail.

Malgré leur affiliation professionnelle, leurs messages et leurs opinions ne représentent pas la position officielle de la CBLI et doivent être considérés comme des opinions strictement personnelles. Les employés de la CBLI ne peuvent donc en aucun cas répondre au nom de CBLI avec leurs médias sociaux personnels. Seuls les comptes officiels de la CBLI peuvent répondre au nom de CBLI.

Les employés de la CBLI sont également invités à la prudence dans leurs commentaires sur leurs médias sociaux personnels. Il est important de rappeler que les médias sociaux sont des plateformes publiques et que les informations peuvent être visibles, lues, utilisées et transmises par tous. Les employés doivent donc faire preuve de jugement dans leurs commentaires personnels en lien avec leurs fonctions ou leur employeur. Lorsque l'employé s'engage dans des discussions liées à l'administration de CBLI ou exprime une opinion sur un sujet, il est invité à s'identifier et avertir que les opinions exprimées sont personnelles et non celles de la CBLI par une phrase telles que les opinions que j'exprime ici n'engagent que ma personne et ne représentent pas l'opinion de CBLI.

Chaque employé a le devoir de respecter la confidentialité de certains renseignements détenus par CBLI. Les employés ne doivent pas divulguer des informations privées, des données confidentielles ou stratégiques de CBLI, ses employés, ses clients, ses partenaires et fournisseurs ou les usagers de ses réseaux sociaux. Le Code d'éthique et de déontologie de la CBLI s'applique également aux publications des employés sur leurs comptes personnels.

Toute conversation entre des utilisateurs d'un média social peut devenir publique et peut porter atteinte à la réputation personnelle de l'employé et à celle de CBLI. CBLI peut exiger, dans certaines circonstances, la modification ou le retrait de propos, renseignements ou autres publiés sur les médias sociaux par ses employés.

CBLI effectue une veille constante des médias traditionnels et sociaux. Cependant, tout employé qui prend connaissance d'une nouvelle reliée à la CBLI est invité, s'il le juge pertinent, à en aviser le Service des communications ou son responsable.

Tous les employés CBLI devront prendre connaissance de la Politique d'utilisation des médias sociaux. Tout manquement à cette politique pourra conduire à des mesures disciplinaires et être signalé aux autorités compétentes concernant d'éventuelles poursuites civiles ou criminelles.

10. Mesures d'urgence

En cas de mesures d'urgence, l'utilisation des médias sociaux de la CBLI sera priorisée pour informer les clients internes et externes en raison de leur caractère d'instantanéité et de rapidité de diffusion exponentielle de l'information. Leur utilisation devra cependant se faire en conformité avec les directives de la Politique d'utilisation des médias sociaux et les décisions de CBLI. Lors de mesures d'urgence, ce sont les employés attirés à la Mission Communication qui seront responsables de la gestion des médias sociaux.

Les interactions qui ne concernent pas la mesure d'urgence pourront donc être retardées afin de prioriser les informations urgentes.

Dans ces cas, les médias sociaux de la CBLI ne sont pas un service d'urgence : ils sont utilisés comme moyen de transmission d'informations pour partager une situation d'urgence, informer les clients internes et externes sur les consignes à observer et l'évolution de la situation.

11. Révision de la Politique d'utilisation des réseaux sociaux

La Politique d'utilisation des réseaux sociaux sera révisée de façon périodique ou au besoin.