

Politique sur les médias sociaux à l'usage du personnel de Culture Mauricie



But de la politique

Culture Mauricie (CM) comprend l'importance de l'usage des médias sociaux, que ce soit dans le cadre des fonctions professionnelles ou à titre personnel de ses employées et employés ou autres personnes dont il retient les services. Celles-ci doivent cependant être conscientes des impacts que peut entraîner leur participation aux médias sociaux sur l'image de l'organisation et les relations qu'elle entretient avec ses partenaires, concurrents, membres du personnel actuels, potentiels ou passés et le public en général. Les communications sur les médias sociaux ne sont pas émises en vase clos et par leur vaste diffusion, elles peuvent influencer les activités de l'organisation et la perception que le public en a. L'usage des médias sociaux par le personnel peut donc entraîner des effets importants pour CM et avoir des répercussions sur le rapport entre celui-ci et l'organisme.

Sphère d'application

Cette politique vise l'ensemble du personnel de l'organisation, sans égard à l'horaire de travail, au nombre d'heures de travail et aux années de service. Elle vise également les personnes temporairement en fonction au sein de l'organisation, de même que les consultantes et consultants durant la période de prestation de services à CM.

La présente politique vise l'usage des médias sociaux par ces personnes (blogues, sites de partage d'information, sites de réseautage professionnels ou personnels, modules de clavardage, ou autre format collaboratif) quel que soit le mode d'accès à ce site (à l'aide d'un ordinateur, d'un téléphone intelligent, d'une tablette numérique ou autre).

Objectifs

Les fins des activités de CM permettent l'accès aux réseaux sociaux durant les heures de travail. De même, l'usage fait à l'extérieur des heures de travail peut entraîner des conséquences importantes pour l'organisation. Par conséquent, cette politique vise à guider les employées et employés dans leur usage personnel des médias sociaux et à illustrer ce que l'organisation considère acceptable ou non. Enfin, elle vise à illustrer le type de mesures qui peuvent être prises en cas de violation de la présente politique.





Contexte

Cette politique doit être lue en harmonie avec la Politique de gestion des ressources humaines de CM et en accord avec ses valeurs fondamentales (Respect, Fierté, Solidarité) et organisationnelles (Rigueur, Cohérence, Équité, Transparence et Ouverture). La Politique de prévention en matière de harcèlement au travail doit également être respectée dans votre utilisation des médias sociaux. Celle-ci peut être consultée [ici](#). En cas de questions en lien avec la présente politique, il convient de s'adresser à la direction.

Lignes directrices

Maîtriser le site et envisager l'impact du contenu diffusé

Le personnel qui désire publier du contenu sur un site en particulier doit s'assurer de comprendre la nature de l'auditoire concerné et la portée de la communication. Peut-on restreindre la diffusion à certains contacts? Peut-on aisément retirer le contenu publié au besoin? Il est primordial de garder en tête que le contenu n'est jamais réellement anonyme, et surtout que ce que l'on pense avoir effacé peut parfois demeurer en ligne.

Utiliser son jugement en tout temps et respecter la vie privée

La vie privée des collègues et sa propre vie privée doivent être protégées dans les actions de l'employé-e. Ainsi, certaines informations publiées concernant sa vie privée pourraient avoir un impact sur la perception que le public a de l'entreprise (par exemple, des commentaires négatifs liés au milieu de travail ou à une sortie de fin de semaine). Il faut éviter en tout temps de diffuser des informations ou de publier des photos ou vidéos d'autres personnes sans leur consentement. Le contenu placé en ligne demeure la responsabilité de la personne à l'emploi.

Faire preuve de transparence

L'utilisation de fausses identités et l'utilisation déloyale des médias sociaux est fortement découragée. De même, le ou la membre du personnel se doit de demeurer transparent dans ses rapports avec les autres utilisateurs et à ne pas s'attribuer des fonctions au sein de l'organisation qui ne sont pas les siennes.

Ne pas agir à titre de porte-parole ou mandataire

À moins d'avoir été mandaté-e par l'organisation en ce sens, l'employé-e doit se garder d'émettre des prises de position en ligne en parlant au nom de l'organisation. De même, s'il est porté à sa connaissance que des informations négatives sont véhiculées au sujet de l'organisation, l'abstention de commentaires est de rigueur et un contact avec la direction est préconisé. Si l'on pose des questions en lien avec CM dans le cadre de la participation aux réseaux sociaux du ou de la personne à l'emploi, il est plus judicieux de rediriger les utilisateurs vers le site web officiel de CM/DICI ou vers la direction de CM.





Protéger la propriété intellectuelle, les informations confidentielles et le réseau informatique de l'organisation

Le personnel doit s'assurer de ne pas divulguer en ligne des informations protégées par droit d'auteur, secrets de commerce, inventions, brevets, idées, concepts, stratégie, plans d'affaires ou autres appartenant à CM. Il ne peut faire usage du logo ou de la marque de commerce de l'organisation sans autorisation, afin de ne pas en altérer la valeur. La protection des renseignements personnels des employé-es et ceux des partenaires d'affaires doit être maintenue en tout temps, de même que la non-divulgation des renseignements personnels visant ses collègues de travail qui ont droit au respect de leur vie privée. Également, la prudence est de mise en cas de divulgation des informations concernant la perception personnelle des affaires de CM : des informations confidentielles pourraient être divulguées sans le savoir. Enfin, le personnel doit s'assurer que son utilisation des médias sociaux de CM / DICI ne mette pas en péril la santé du réseau informatique, notamment en évitant le téléchargement de fichiers, jeux et applications.

Faire usage des médias sociaux de façon éthique et dans le respect des lois

Il est strictement interdit par cette politique d'utiliser les médias sociaux à des fins d'atteinte à la réputation, de harcèlement, de menace ou de discrimination à l'encontre de ses collègues de travail, gestionnaires, familles, partenaires d'affaires, de ses concurrents ou de l'organisation en général. De même, l'utilisation des médias sociaux de façon éthique et dans le respect des lois en vigueur est préconisée.

Non-respect de la politique

Le non-respect de la présente politique pourra entraîner des mesures disciplinaires telles que décrites au point 16 de la Politique de gestion des ressources humaines de CM.



ANNEXE 1



Lignes de conduite à l'endroit des modératrices et des modérateurs

Sur Internet et à travers les réseaux sociaux, le respect des règles élémentaires de politesse et de courtoisie est d'autant plus important que la communication s'effectue à distance : l'interlocutrice ou l'interlocuteur peut interpréter différemment le message émis. La mécompréhension peut être à l'origine de quiproquos, situation néfaste pour l'entreprise, même si cela n'était absolument pas l'intention de la personne en charge de la modération.

Voici quelques principes de base qu'il conviendra d'adopter et de respecter dans les publications :

- Privilégier les messages positifs, clairs et concis, sans faute d'orthographe et syntaxiquement corrects.
- Stimuler le message par un visuel attrayant et pertinent (photo, vidéo, citation...)
- Utiliser les mots-clés et les mentions.
- Encourager la participation à travers des questions ou des appels à l'action quand cela s'y prête.
- Demeurer poli, courtois, modéré et respectueux, envers les internautes et ses partenaires dans ses propos, commentaires ou messages.
- Le message se doit d'être politiquement neutre.
- Pas de majuscules pour s'exprimer, au risque que le message soit interprété comme de l'agressivité. Exception : pour mettre en évidence une information importante, un concours, un rappel de dépôt de candidature..., le titre de la publication peut être en majuscule.

Répondre aux commentaires afin de susciter et maintenir l'engagement

Pour disposer d'une audience engagée, cette caractéristique doit transparaître sur les comptes de réseaux sociaux. Si les gens laissent des commentaires, posent des questions, recommandent les comptes liés à CM / DICI à leurs amis, envoient une critique, il est du devoir du ou de la responsable de la modération de leur répondre.

Apprendre à mieux gérer la critique... quand elle est fondée et constructive!

Si les abonné-es laissent des critiques, des commentaires négatifs ou un mauvais avis, une bonne respiration et une prise de recul sont salutaires! Au lieu d'ignorer ces remarques, ou pire de s'emporter, il convient d'analyser le message. S'agit-il d'une critique pertinente ? Si oui, une réponse constructive est de mise. Il faut prendre le temps de contacter l'abonné-e en message privé pour poursuivre la discussion dans un environnement moins susceptible de s'embraser par la surenchère d'autres utilisateurs.

La personne qui a laissé son opinion mérite d'être écoutée. Ces critiques peuvent aider à améliorer le produit, le service ou le service à la clientèle offert par CM. Il est essentiel de faire savoir à ses abonné-es que leurs interventions sont appréciées et prises en considération.

Si la critique est gratuite, infondée, blessante ou contrevient plus généralement à la Netiquette à destination des utilisateurs, une capture d'écran du message doit être effectuée. L'utilisatrice ou l'utilisateur doit être recadré-e par un message public, et sera également contacté-e en privé pour lui signaler en quoi son commentaire contrevient aux règles. Ceci constitue un premier et unique avertissement. En cas de récidive, la personne est consciente qu'elle sera exclue du site, de la page sur laquelle elle était jusqu'alors présente, et ce, sans autre avertissement.

Si la personne pratique une forme de harcèlement envers le ou la responsable de la modération et/ou CM en général, il convient d'en aviser les autorités, voire de déposer une plainte en bonne et due forme dans les cas extrêmes et avérés.

Être à l'écoute et s'ajuster

Travailler à son « e-réputation » suppose une écoute continue de ses abonné-es et de ce que les gens autour de soi disent au sujet de l'organisme. Il est également primordial d'analyser sa performance et de s'ajuster si nécessaire.

Faire preuve d'empathie

Les textes automatisés créent une barrière entre la modératrice ou le modérateur et ses abonné-es. Il faut prendre le temps de répondre de façon personnalisée aux gens, ce qui permet de créer un lien de proximité, de confiance et de satisfaction avec chacun d'entre eux, d'autant plus lorsque ceux-ci écrivent directement par messagerie privée.

Personnaliser l'interaction

Il convient de développer une interaction personnelle en partageant des informations, des anecdotes, des histoires, des émotions, et d'inviter les abonné-es à partager leurs expériences personnelles également pour tisser des liens solides avec eux. Sur les médias sociaux, le marketing relationnel l'emporte sur le marketing transactionnel.



ANNEXE 2



Netiquette Culture Mauricie – DICI

Nous vous invitons à commenter, interagir, partager les contenus qui vous intéressent. La présente charte définit les règles de politesse et de bonne conduite à respecter pour que les échanges demeurent harmonieux, conviviaux et respectueux de tous. En participant aux interactions sur nos réseaux sociaux, vous vous engagez à les respecter.

Les pages de CM / DICI sont ouvertes aux personnes de tous âges, races, religions, sexes, origines ethniques et orientations sexuelles.

Veillez à vous exprimer en français lorsque vous participez à des échanges ou formulez des commentaires. L'usage d'autres langues, à l'exception de quelques mots occasionnels, est interdit.

Nous répondons aux interactions sur nos pages selon les horaires de notre organisme, c'est-à-dire de 8 h 30 à 16 h 30 en semaine, sauf circonstances exceptionnelles. Nous vous assurons que nous faisons de notre mieux pour vous lire et pour vous répondre aussi vite que possible.

La modération est effectuée régulièrement. Il se peut toutefois que certains commentaires restent visibles pour un moment avant d'être traités.

Si vous prenez connaissance d'un message que vous jugez illégal ou contraire à la bonne marche de la page, merci de contacter les modératrices ou modérateurs par l'intermédiaire d'un message privé. Merci de justifier clairement la raison de votre demande de modération.

Chaque utilisateur peut à tout moment, si une contribution porte atteinte à ses droits, la signaler à la société du réseau social concerné, selon la procédure de signalement mise en place par celle-ci, ou nous la signaler directement par message privé.

Les propos suivants feront l'objet d'une capture d'écran et seront supprimés :

- irrespectueux, insultants, harcelants;
- diffamatoires ou dénigrants à l'égard de toute personne morale ou physique ;
- discriminatoires : racisme, homophobie, sexisme, xénophobie, portant sur la religion, le handicap, l'âge, l'orientation/identité sexuelle, ... ;
- propos relevant du prosélytisme ou de la propagande;
- attaques directes et indirectes, messages haineux, agressifs, injurieux, vulgaires, menaçants, intimidants ou obscènes;
- frauduleux, trompeurs, comportant des erreurs de faits, basés sur de fausses affirmations ou nouvelles;
- commentaires inopportuns, hors sujet ou de mauvaise foi;
- utilisant des majuscules, ce qui équivaut aux cris et qui peut être interprété comme de l'agressivité (à l'exception des sigles et acronymes). Il en est de même pour les messages contenant des mots en caractères gras, en italique ou soulignés;

- propos tombant sous le coup de la loi : incitations à la haine raciale, appels à la violence, pédophilie, négationnisme, apologie de crimes de guerre, antisémitisme...
- enfreignant la législation, la réglementation ou les règles de médias sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, etc.) ou incitant autrui à les enfreindre;
- enfreignant les droits d'auteur en cas de copie de texte ou de l'utilisation de photos ou d'illustrations d'un tiers sans son consentement ou en s'en appropriant l'origine;
- commentaires redondants ou répétitifs à des fins commerciales (spams);
- divulgation d'informations personnelles (adresses courriel, coordonnées, etc.) ou confidentielles (numéro d'assurance sociale, etc.). CM ne vous demandera jamais de fournir des renseignements personnels sur les médias sociaux. Abstenez-vous toujours de fournir de telles informations sur nos réseaux et dans les médias sociaux en général.

La publicité sous quelque forme que ce soit et la vente à pression sont interdites, que ce soit à votre bénéfice ou au bénéfice d'une autre personne ou une autre entreprise.

L'usurpation de l'identité d'autrui est une infraction grave qui ne sera pas acceptée.

Les mêmes règles s'appliquent pour les messages privés.

Quiconque enfreignant les règles ci-dessus recevra un avertissement. En cas de récidive, la personne sera définitivement exclue des médias sociaux sans que CM les en avertisse.

L'inclusion d'hyperliens vers d'autres sites est permise, à condition que ce contenu soit pertinent dans le cadre de l'échange et en lien avec la culture. Toutefois, CM/DICI n'est aucunement responsable du contenu de ces sites ou des opinions qui pourraient y être exprimées.

CM se réserve le droit de modifier les présentes règles à tout moment. Si vous êtes abonné-e des médias sociaux de CM et que vous avez des questions précises au sujet de votre relation avec notre organisme, nous ne pouvons y répondre dans la section publique des réseaux. Veuillez plutôt communiquer avec nous directement à l'adresse info@culturemauricie.ca pour la page FB ou le compte Instagram de Culture Mauricie / medias.sociaux@culturemauricie.ca pour la page FB ou le compte Instagram de DICI ou, si possible, par message privé affiché sur le réseau pertinent.

CM n'exerce aucun contrôle sur la façon dont les plateformes de médias sociaux utilisent l'information que vous transmettez sur le site. Vous devriez vous informer des politiques sur la protection des renseignements personnels et sur la sécurité des données de chacune de ces plateformes et comprendre comment les renseignements sont affichés et utilisés sur le site, ainsi que sur les sites de tiers pouvant être liés à ces plateformes de médias sociaux. Veuillez prendre note que CM n'est pas responsable des politiques sur la protection des renseignements personnels ou sur la sécurité des données appliquées par ces fournisseurs ou d'autres tiers.