

***POLITIQUE
PORTANT SUR LES MÉDIAS SOCIAUX***

Service des technologies de l'information

Juillet 2012

TABLE DES MATIÈRES

1. PRÉAMBULE	3
2. BUT	3
3. DÉFINITIONS	3
3.1. Médias sociaux	3
3.2. Utilisateurs.....	3
3.3. Clientèle.....	3
4. ÉNONCÉ DE POLITIQUE.....	4
4.1. Énoncé général.....	4
4.2. Responsabilité personnelle.....	4
i) Utilisation d’une adresse professionnelle	4
ii) Utilisation d’une adresse personnelle	4
4.3. Sites de médias sociaux de la municipalité.....	5
4.4. Protection des renseignements personnels et confidentiels	5
5. ACCÈS	6
6. SANCTIONS.....	6
7. ANNEXE « A ».....	6

1. PRÉAMBULE

La présente politique s'ajoute à la « Politique relative à l'utilisation des systèmes électroniques à des fins de communication à la Ville de Baie-Comeau ».

La municipalité reconnaît la valeur et les bienfaits des médias sociaux à des fins de communication et de marketing. La municipalité doit s'assurer que leur utilisation et le traitement de l'information soient conformes à certaines normes et s'attend à ce que tous les utilisateurs se servent de ses médias sociaux de façon responsable.

2. BUT

La présente politique vise à maximiser les avantages liés à l'utilisation des médias sociaux tout en minimisant les risques éventuels pour la municipalité.

3. DÉFINITIONS

3.1. Médias sociaux

Toutes les plateformes de médias sociaux qui existent à l'heure actuelle ou pouvant exister dans l'avenir, notamment, sans limiter la portée générale de ce qui précède, les forums et babillards électroniques sur Internet, les cybercarnets et les blogues, les microblogues (comme Twitter), les wilds, les vidéos et les plateformes de partage des photos et les sites de réseautage social (comme Facebook) (collectivement, les « médias sociaux »). La politique pourra être modifiée au fur et à mesure que de nouveaux outils et de nouvelles plateformes seront lancés sur Internet, auxquels nous devons nous adapter.

3.2. Utilisateurs

Tout individu qui exécute un travail avec ou sans rémunération pour la municipalité. Cette définition n'est applicable que dans le cadre de la présente politique.

3.3. Clientèle

Le terme clientèle inclut notamment les citoyens, les fournisseurs, les contribuables et les visiteurs.

4. ÉNONCÉ DE POLITIQUE

4.1. Énoncé général

La municipalité permet l'utilisation des médias sociaux pour la promotion des intérêts de la municipalité. La présente politique s'applique en tout temps, soit durant et en dehors des heures de travail.

Il est formellement interdit de faire la propagation de propos diffamatoires, d'émettre ou de propager des commentaires désobligeants ou de faire preuve de harcèlement au sujet de la municipalité, d'un élu, d'un supérieur, d'un comité, d'un collègue de travail ou d'un membre. Le fait de ne pas mentionner le nom de la personne ou de la clientèle ne vous dégage pas de vos responsabilités.

4.2. Responsabilité personnelle

L'utilisateur est personnellement responsable de toute publication qu'il fait par l'intermédiaire d'un média social. L'utilisateur est également personnellement responsable de toute autre activité qu'il effectue en ligne avec une adresse électronique de la municipalité ou pouvant mener au domaine de la municipalité ou qui utilise les actifs de la municipalité. L'utilisation du logo de la municipalité dans les médias sociaux doit avoir préalablement été autorisée par la direction des communications ou de la direction générale, le cas échéant. La mention de l'affiliation professionnelle est permise.

La municipalité n'est pas responsable envers l'utilisateur pour tout dommage-intérêt direct ou indirect résultant d'un usage inapproprié des médias sociaux. Si la municipalité engage sa responsabilité envers des tiers pour des dommages-intérêts résultant d'un usage inapproprié des médias sociaux, la municipalité pourrait tenter de récupérer un montant correspondant auprès de l'utilisateur et imposer toute autre mesure disciplinaire.

i) Utilisation d'une adresse professionnelle

L'adresse électronique de la municipalité jointe au nom d'utilisateur sous-entend que l'utilisateur agit pour le compte de la municipalité. Lorsque les utilisateurs utilisent l'adresse de la municipalité ou les actifs de la municipalité pour s'exprimer par l'intermédiaire d'un média social, tous leurs gestes sont publics et ils devraient protéger leur réputation personnelle de même que la réputation de la municipalité. Les utilisateurs seront tenus entièrement responsables de toutes ces activités.

ii) Utilisation d'une adresse personnelle

Les activités en ligne effectuées par l'utilisateur par l'intermédiaire de réseaux sociaux personnels avec une adresse électronique personnelle, au bureau et/ou via les outils informatiques fournis par l'employeur ne devraient pas sembler avoir été

sanctionnées par la municipalité ou provenir de celle-ci. Les activités en ligne de l'utilisateur sont ultimement liées à la municipalité, que ce soit sur le plan technologique ou au moyen d'un hyperlien ou simplement par association, peu importe si l'utilisateur choisit ou non de mentionner la municipalité dans le cadre de son activité de réseautage en ligne personnelle. Les utilisateurs ne devraient poser aucun geste pouvant les discréditer ou discréditer la municipalité.

4.3. Sites de médias sociaux de la municipalité

Les sites de médias sociaux de la municipalité relèvent de la direction des communications ou de la direction générale le cas échéant et seront gérés et maintenus par l'équipe des communications dans le cadre de leur mandat visant à gérer le site Internet de la municipalité et la présence de celui-ci en ligne. Personne ne peut modifier les sites de médias sociaux de la municipalité sans avoir obtenu au préalable l'approbation de la direction des communications ou de la direction générale le cas échéant.

Les lignes directrices visant l'affichage de contenu sur les médias sociaux sont reproduites à l'annexe A de la présente politique.

4.4. Protection des renseignements personnels et confidentiels

Les utilisateurs ne devraient divulguer aucun renseignement personnel. Ils doivent respecter les modalités des contrats que nous avons conclus avec la clientèle de même que vos obligations aux termes des règles de conduite professionnelle, s'il en est. Les utilisateurs ne peuvent divulguer ou utiliser les renseignements confidentiels ou exclusifs de la municipalité ou de la clientèle dans toute forme de média en ligne, à moins d'avoir obtenu au préalable un consentement écrit de la municipalité ou de la clientèle, le cas échéant. Le fait de partager ce genre de renseignements, même de façon non intentionnelle, peut entraîner une poursuite contre vous, la municipalité ou la clientèle.

Les utilisateurs doivent protéger les renseignements personnels des tiers, de la clientèle et autres utilisateurs de même que les avis des autres. Les utilisateurs doivent obtenir un consentement avant de partager un commentaire, un article, une photo ou une vidéo sur la clientèle par l'intermédiaire de tout type de média social.

Ne faites aucune communication fausse ou trompeuse. Vérifiez les faits avant de les publier sur un média social.

5. ACCÈS

Après approbation de la direction générale, les utilisateurs auront accès aux médias sociaux, depuis leur poste de travail, y compris Facebook, Twitter, LinkedIn et les blogues, dans le cadre des initiatives de la municipalité sur les médias sociaux. Vous pourrez avoir accès à d'autres sites au besoin. L'accès sera revu au fur et à mesure que d'autres sites deviendront disponibles. La municipalité reconnaît que les utilisateurs peuvent accéder aux médias sociaux depuis leur ordinateur portable ou leur appareil mobile.

La municipalité conserve son droit de limiter en tout temps l'accès à des sites Internet, incluant les médias sociaux.

6. SANCTIONS

Un manquement aux obligations prévues dans la présente politique peut entraîner des sanctions allant, selon la gravité de la violation, d'une réprimande au congédiement.

7. ANNEXE « A »

PROCESSUS ET LIGNES DIRECTRICES VISANT LA PUBLICATION DE CONTENU SUR LES SITES DE MÉDIAS SOCIAUX DE LA MUNICIPALITÉ

BLOGUES

Les blogues professionnels peuvent être un outil efficace pour fournir des renseignements sur un sujet en particulier.

Les utilisateurs qui souhaitent lancer un blogue doivent créer un comité éditorial pour gérer la rédaction, l'édition et la protection du blogue. La direction du Service des communications sera responsable du contenu du blogue et de veiller à ce qu'il respecte la politique sur les médias sociaux.

La direction des communications ou la direction générale, le cas échéant, doit être avisée de tous les blogues afin que ceux-ci soient correctement liés au site Internet de la municipalité.

Le blogue devrait être mis à jour au moins une fois par semaine. Les blogues inactifs peuvent créer une image négative. Si une période d'inactivité est prévue ou s'il est mis fin au blogue, le site Internet devrait être mis à jour de façon à indiquer qu'aucune publication additionnelle ne sera effectuée.

La plupart des publications faites sur les blogues comptent entre 200 et 500 mots et fournissent des commentaires généraux et factuels.

L'option « commenter » offerte sur chaque blogue doit être réglée de façon à ce que les commentaires reçus des lecteurs soient filtrés par la direction du Service des communications avant leur publication.

Les utilisateurs qui ont un blogue personnel doivent s'assurer de respecter les lignes directrices prévues dans la politique sur les médias sociaux.

FACEBOOK

Si les utilisateurs individuels entretiennent une page Facebook personnelle sur laquelle figure leur adresse électronique de la municipalité, les paramètres de confidentialité devraient être modifiés de façon à ce que ceux qui ne sont pas amis avec l'utilisateur n'aient pas accès à leur page. Il faut également choisir ses amis avec soin. Le contenu du site Facebook personnel d'un utilisateur ne devrait pas discréditer la municipalité, les élus, les cadres ou les employés et autres utilisateurs. L'utilisateur doit faire preuve de bon sens et de jugement.

La municipalité décline toute responsabilité en ce qui concerne la création ou la mise à jour de pages Facebook personnelles.

TWITTER

La municipalité activera et entretiendra un compte Twitter. Les microbillets (*tweets*) seront faits de la façon la plus simultanée possible. Ce compte sera géré par la direction des communications ou de la direction générale le cas échéant.

Chaque utilisateur peut créer son propre compte Twitter à des fins personnelles. Les utilisateurs peuvent joindre des liens vers le site Internet de la municipalité à des microbillets personnels. Cependant, tout microbillet publié par l'intermédiaire d'un compte Twitter personnel devrait respecter les lignes directrices prévues dans la politique sur les médias sociaux.

LINKEDIN

Les utilisateurs peuvent utiliser ce média social. Ils peuvent créer des liens avec d'autres utilisateurs LinkedIn de leur choix, à leur gré. Tout contenu figurant sur un média social personnel provenant d'un compte Twitter personnel de l'utilisateur, de son blogue ou autre site Internet en ligne peut être intégré à son profil LinkedIn s'il respecte les lignes directrices prévues dans la politique sur les médias sociaux.

La municipalité décline toute responsabilité quant à la création ou à la mise à jour de pages LinkedIn personnelles.