

2017

# Lignes directrices relatives aux médias sociaux

LN(23)F

*Des lignes directrices sur la représentation de  
soit et de la Ligue navale du Canada sur les  
réseaux de médias sociaux*



All Rights Reserved©  
The Navy League of  
Canada 10/07/2017



## Contents

Introduction .....	2
PRISE DE POSITION.....	2
PORTÉE DES LIGNES DIRECTRICES.....	2
RÔLES ET RESPONSABILITÉS.....	2
EXIGENCES .....	3
MISE EN APPLICATION DES LIGNES DIRECTRICES .....	4
PROCÉDURES.....	4
MOMENT OU FRÉQUENCE DES MESSAGES .....	4
CONFIDENTIALITÉ, VIE PRIVÉE ET ASPECTS JURIDIQUES.....	5

## Introduction

La Ligue navale du Canada est une des plus grandes et des plus prestigieuses organisations jeunesse du pays. En plus de contribuer au développement des jeunes, nous créons un sens de la nation qui attire de nombreux dignitaires et représentants de toutes les provinces et de tous les territoires, des gouvernements et des administrations municipales ainsi que de nombreux dirigeants des secteurs maritime et entrepreneurial. La Ligue navale du Canada reconnaît l'importance du rôle de ces dirigeants et leur contribution à la réussite de la Ligue navale du Canada et du pays. La Ligue navale du Canada reconnaît aussi que ses employés, ses membres, ses bénévoles et ses cadets et cadettes entretiendront probablement des interactions avec les médias sociaux avant, pendant et après avoir été en relation avec les Cadets de la Ligue navale et les Cadets de la Marine royale canadienne. D'où la nécessité pour la Ligue navale du Canada d'établir des lignes directrices concernant sa propre présence dans les médias sociaux.

## PRISE DE POSITION

La Ligue navale du Canada s'efforcera d'établir que ce protocole minimum concernant les campagnes et activités dans les médias sociaux soit diffusé, compris et encouragé pour chaque division provinciale et succursale ou corps. Ces lignes directrices décrivent l'usage correct des médias sociaux dans la Ligue navale du Canada et donnent des conseils aux intervenants. Ces lignes directrices seront revues et évaluées en permanence et pourront être modifiées en réaction aux circonstances et aux besoins évolutifs de l'organisation et de ses membres.

## PORTÉE DES LIGNES DIRECTRICES

Les lignes directrices suivantes s'appliquent à tous les employés, membres, bénévoles et participants de la Ligue navale du Canada. Les lignes directrices visent l'utilisation personnelle et professionnelle des médias sociaux, autant en dehors qu'au cours du travail. Nous demandons à tous les intervenants de tenir compte de ces lignes directrices et de les respecter au même titre que les autres normes ou directives mises en vigueur par le comité organisateur local. En raison de la nature des médias sociaux, il est presque impossible de faire une distinction claire entre les profils personnel et professionnel des utilisateurs.

## RÔLES ET RESPONSABILITÉS

Les administrateurs des médias sociaux ont l'autorité finale pour ce qui est de l'interprétation, de la supervision, de la surveillance et de l'administration de ces lignes directrices et des activités de la Ligue navale du Canada dans les médias sociaux. Les administrateurs des médias sociaux sont responsables de représenter la Ligue navale du Canada en ligne et dans les affichages faits en son nom au moyen de divers comptes de médias sociaux. Seuls les membres désignés des équipes des médias sociaux devraient parler au nom de la Ligue navale du Canada par l'entremise de comptes officiels de la Ligue navale du Canada dans les plateformes de médias sociaux, et ce à condition d'avoir préalablement obtenu les autorisations nécessaires de leurs superviseurs. Seuls les employés désignés peuvent s'identifier comme porte-parole officiel de la Ligue navale du Canada en ligne. Les employés, membres,

bénévoles et participants ne devraient pas publier de contenu négatif ou de dénigrement, qu'il soit réel ou perçu, au sujet des Organisations de cadets du Canada, de la Marine royale canadienne, de la Ligue navale du Canada, du gouvernement du Canada et d'autres parties prenantes ou intervenants.

## EXIGENCES

La conduite en ligne de tous les employés, membres, bénévoles et participants de la Ligue navale du Canada devrait obéir aux principes suivants :

Respect : Pas de pourriels, de jurons ni de commentaires faux, diffamatoires ou discriminatoires. Politesse et exactitude et rigueur sont les mots d'ordre en tout temps.

Honnêteté : Mentionnez votre appartenance à la Ligue navale du Canada lorsque vous répondez à un commentaire ou en publiez un au sujet des Organisations de cadets du Canada, de la Marine royale canadienne, de la Ligue navale du Canada ou du gouvernement du Canada. Si on ne vous a pas assigné la tâche de représenter la Ligue navale du Canada en ligne en tant que membre de l'équipe des médias sociaux, rappelez-vous d'indiquer que vous parlez en votre nom personnel et nom en celui de la Ligue navale du Canada. Vous pourriez le faire par exemple au moyen de l'énoncé suivant : « Je suis un/une bénévole de la Ligue navale du Canada. Cependant, les opinions que j'exprime sont les miennes et la Ligue navale du Canada n'est aucunement responsable de ce contenu. »

Responsabilité : avant de publier quoi que ce soit, posez-vous les questions suivantes :

- Est-ce que je dirais ça à un cadet? à un journaliste? à mon superviseur?
- Est-ce que ça me dérangerait que ce commentaire soit publié dans un journal?
- Est-ce que je serais à l'aise si ce contenu m'était attribué dans cinq ans?

À faire :

- Assurez-vous de revoir les modalités de participation de chaque plateforme à laquelle vous voulez participer.
- Identifiez-vous personnellement, sous votre propre nom, en précisant que vous ne parlez pas au nom de la Ligue navale du Canada.
- Faites preuve de franchise et d'exactitude en tout temps.
- Agissez en ligne comme vous le feriez avec vos collègues ou supérieurs.
- Communiquez avec vos supérieurs si vous avez des questions ou voulez savoir comment traiter une situation donnée.

À ne pas faire :

- Afficher des commentaires irrespectueux, diffamatoires ou malhonnêtes.
- Communiquer des renseignements sensibles en ligne au sujet des Organisations de cadets du Canada ou de la Ligue navale du Canada.

- Vous présenter comme un employé ou un bénévole de la Ligue navale du Canada à moins d'en avoir expressément reçu l'autorisation et l'accès aux plateformes officielles de la Ligue navale du Canada.

## MISE EN APPLICATION DES LIGNES DIRECTRICES

Les organisations et les intervenants partenaires de la Ligue navale du Canada sont encouragés à :

- mieux comprendre les messages clés de la Ligue navale du Canada;
- appuyer les campagnes de la Ligue navale du Canada dans les médias sociaux;
- promouvoir les mots-clics spécifiques des organisations de cadets du Canada;
- donner des conseils portant sur les activités et la présence dans les plateformes des médias sociaux suivants : Twitter, Facebook, Flickr, YouTube, Instagram, Snapchat, blogues et autres;
- mieux comprendre les administrateurs officiels des médias sociaux de la Ligue navale du Canada.

## PROCÉDURES

Chaque intervenant ou partenaire est responsable de l'élaboration de ses propres thèmes, initiatives et campagnes en ce qui concerne les médias sociaux et la Ligue navale du Canada. Lorsque nos partenaires élaborent des campagnes dans les médias sociaux, nous leur demandons de ne pas négliger les éléments clés suivants :

- Bilinguisme. Dans la mesure du possible, affichez, gazouillez, bloguez dans les deux langues officielles. Il n'est pas nécessaire que chaque mot soit répété dans les deux langues, cependant les messages devraient avoir une bonne proportion de français et d'anglais pouvant répondre aux besoins de nos adeptes ou « suiveurs » en matière de bilinguisme. Au moins 40 % de toutes les communications dans les médias sociaux devrait se faire dans chaque langue officielle.
- Mobilisation. Nous incitons les membres, les bénévoles, les participants et leur famille à transmettre leur enthousiasme, leur passion et les histoires qui parlent des futurs dirigeants du pays.
- Intégration des partenaires. Beaucoup de nos partenaires de l'industrie, commanditaires, donateurs et groupes d'intérêt utiliseront les médias sociaux. Si une occasion se présente de promouvoir une initiative entreprise par nos partenaires et par des parties intéressées, nous vous encourageons à transmettre ces messages et à associer un mot-clic à ces groupes d'utilisateurs dans vos propres messages diffusés dans les médias sociaux.
- Surveillance des médias sociaux. Il est important de suivre ce qui est rapporté, gazouillé ou affiché à propos de la Ligue navale du Canada dans les médias et les réseaux sociaux. Surveillez les articles et le contenu liés à la Ligue navale du Canada dans divers réseaux et canaux.

## MOMENT OU FRÉQUENCE DES MESSAGES

Idéalement, l'interaction des intervenants avec les utilisateurs devrait être quotidienne, avoir un contenu unique et réagir rapidement aux questions ou commentaires reçus par les médias sociaux, qu'ils soient positifs ou négatifs. Si le réseau d'un partenaire dans les médias sociaux est dissous, il devrait exister un plan pour transférer les utilisateurs qui « aiment » ses messages ou ses adeptes ou

« suiveurs » à la Ligue navale du Canada. Avant la fermeture d'une page Facebook, d'un compte Twitter ou d'un canal YouTube, nous vous demandons d'inciter les habitués de cette page à devenir adepte des pages de la Ligue navale du Canada. Les photos ou vidéos publiées sur ces canaux peuvent être fournies à la Ligue navale du Canada ou mises en lien vers ses comptes.

## CONFIDENTIALITÉ, VIE PRIVÉE ET ASPECTS JURIDIQUES

N'oubliez jamais que vous êtes responsable de ce que vous dites ou faites en ligne et que les politiques de l'organisation en matière de ressources humaines s'appliquent en tout temps lors de l'utilisation des médias sociaux. Compte tenu de ce qui précède, vous devez :

- bien respecter toutes les lois sur le droit d'auteur, l'utilisation légitime et la divulgation;
- toujours attribuer les citations ou liens à leurs sources respectives;
- ne jamais divulguer de renseignements personnels ou confidentiels au sujet des organisations des cadets du Canada, de la Ligue navale du Canada, de vos collègues, d'organisations affiliées et de consultants, commanditaires, fournisseurs ou partenaires de l'industrie;  
REMARQUE : Si, dans une conversation, vous devez discuter d'information sensible ou demander des détails personnels, assurez-vous d'avoir l'autorisation nécessaire et d'utiliser les modes de communication privée permis par la plateforme des médias sociaux pour demander les détails. Sinon, continuez la conversation au moyen d'un mode de communication plus direct comme le courriel ou le téléphone.
- faire en sorte de ne jamais oublier que tout le contenu affiché en ligne, même dans des comptes privés ou personnels, relève du domaine public.