

GUIDE DE RÉDACTION

POLITIQUE D'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX

Note : Il est important d'adapter votre politique selon vos besoins et votre réalité.

Le web et les réseaux sociaux font maintenant partie du quotidien de la majeure partie des employés des entreprises touristiques du Québec, et ce, tant au travail qu'à la maison. Tracer la ligne entre la vie personnelle et la vie professionnelle peut, pour certaines personnes, s'avérer plus difficile.

Pour les entreprises touristiques, le web et les réseaux sociaux sont des outils indispensables pour promouvoir leurs produits et services, maintenir ou améliorer leur réputation en ligne, interagir avec leurs clients, améliorer l'expérience client, recruter de nouveaux employés, etc.

Dans ce contexte, les entreprises ont tout intérêt à encadrer l'utilisation des médias sociaux sur les lieux de travail pour préserver leur réputation et faire de leurs employés de bons ambassadeurs.

Le présent guide de rédaction vise à accompagner les entreprises touristiques qui souhaitent se doter d'une politique d'utilisation des médias sociaux. Il est important que votre politique soit adaptée à vos besoins et à votre propre réalité. De précieux conseils vous sont d'ailleurs fournis à travers chacune des sections du guide.

Bonne rédaction!

L'équipe du CQRHT

Conseil québécois des ressources humaines en tourisme (CQRHT)

Depuis déjà 20 ans, nous sommes en mission : contribuer au développement des compétences des travailleuses et travailleurs de l'industrie touristique au Québec. En tant que [comité sectoriel de main-d'oeuvre](#), nous agissons en concertation avec le milieu associatif, les syndicats et la grande entreprise. Ensemble, nous offrons des programmes, des formations et des outils appuyant le plan de développement de l'industrie touristique afin de permettre un positionnement enviable du Québec à l'échelle internationale.

Le savoir et le savoir-faire : des notions très importantes pour nous. C'est pourquoi nous accordons énormément d'importance à une expérience client distinctive, aux habiletés de gestion et aux standards reconnus par l'industrie.

N'hésitez pas à communiquer avec nous:

2751, boul. Jacques-Cartier Est, bureau 200

Longueuil (Québec) J4N 1L7

450-651-1099

info@cqrht.qc.ca

www.cqrht.qc.ca



TABLE DES MATIÈRES

CONTEXTE.....	4
OBJECTIFS	4
APPLICATION	4
DÉFINITIONS	5
DIRECTIVES.....	6
5.1 UTILISATIONS APPROPRIÉES ET INAPPROPRIÉES DES MÉDIAS SOCIAUX.....	6
5.2 PUBLICATION SUR LES MÉDIAS SOCIAUX	7
5.3 PROTECTION DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE	7
5.4 AUTORISATION DE COMMUNICATION SUR LES MÉDIAS SOCIAUX	7
5.5 CONDITION D'UTILISATION ET D'ACCÈS AUX MÉDIAS SOCIAUX	8
SOUTIEN ET FORMATION.....	8
6.1 PRÉSENCE WEB DE L'ORGANISATION	8
6.2 PERSONNE-RESSOURCE	9
6.3 BONNES PRATIQUES	9
STRATÉGIE D'AFFAIRES.....	10
7.1 NOS STRATÉGIES DE COMMERCIALISATION	10
7.2 PERSONNE-RESSOURCE	10

Comme entreprise, nous reconnaissons l'importance du web et des médias sociaux afin :

- de maintenir et d'améliorer notre réputation en ligne;
- de générer de la visibilité pour nos activités et produits;
- de stimuler les ventes;
- d'entretenir des relations avec nos clients;
- d'améliorer l'expérience client;
- de participer aux discussions;
- d'augmenter la fidélité;
- d'améliorer le climat de travail;
- d'augmenter la rétention des employés;
- de recruter des employés;
- etc.

Nous encourageons tous les employés à soutenir nos activités par le biais de leurs canaux personnels de réseautage social et de publication de contenu tout en respectant les directives présentées dans cette politique.

Conseil

Dans cette section, identifiez les raisons pour lesquelles vous souhaitez encadrer l'utilisation des médias sociaux dans votre entreprise.

La présente politique vise à sensibiliser et à outiller les employés à utiliser adéquatement les médias sociaux. Elle vise également à assurer le respect de la vie privée et la protection des informations confidentielles de l'entreprise, ses employés, ses clients et ses fournisseurs. Elle permet aussi d'informer les employés des modalités qui encadrent l'utilisation des médias sociaux dans l'entreprise, incluant leurs responsabilités face à celles-ci et les sanctions qui s'y rattachent.

Cette politique s'adresse à tous les employés de l'organisation et vise à encadrer l'utilisation personnelle et professionnelle du web et des médias sociaux lorsque celle-ci implique l'entreprise, ses employés ou ses clients.

Conseil

Dans cette section, précisez le champ d'application de la politique, à qui elle s'adresse et dans quelles circonstances.

Médias sociaux : Le terme « médias sociaux » comprend les plateformes comme Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Instagram, SnapChat, les blogues, les forums de discussions, les sites de commentaires (tel que Trip Advisor), etc.



Facebook : Plateforme sociale qui relie les gens à leurs amis, leurs familles, leurs collègues de travail, etc., et qui permet de publier des textes, des images, des vidéos, etc.



Twitter : Plateforme sociale de micropublication qui permet de publier de courts textes appelés *tweets* sur le web, par messagerie instantanée ou par SMS.



LinkedIn : Plateforme sociale professionnelle qui permet de diffuser son profil de (type curriculum vitae) et de construire son réseau de contacts.



You Tube : YouTube est un site web d'hébergement de vidéo sur lequel les utilisateurs peuvent envoyer, évaluer, regarder, commenter et partager des vidéos.



Instagram : Plateforme sociale de partage de photos et de vidéos.



SnapChat : Plateforme sociale de partage de photos et de vidéos dont le temps de visualisation du contenu partagé au destinataire est limité.

Conseil

Dans cette section, présentez les différents médias sociaux que vous jugez pertinent de définir. Vous pourriez aller plus loin en intégrant des liens hypertextes vers des fiches explicatives, des vidéos de formation, des cours en ligne, etc.

Voici une présentation des règles de conduite que nous avons décidé d'adopter afin de mieux encadrer la participation de nos employés sur le web et dans les médias sociaux.

Conseil

La règle ne doit pas être en contradiction avec la convention collective, le cas échéant. La règle doit être claire et non-équivoque. La règle ne doit pas être déraisonnable (les chartes). La règle doit être portée à la connaissance du salarié qui en sera affecté avant sa mise en vigueur par l'employeur. La règle doit être appliquée de façon uniforme à partir du moment de son entrée en vigueur.

Peut être jumelé à une politique d'utilisation des ressources technologique ou une politique sur le harcèlement.

5.1 Utilisations appropriées et inappropriées des médias sociaux

Nous encourageons tous les employés à utiliser le web et les médias sociaux :

- Afin de participer à la vie numérique, soit pour s'informer, partager, se divertir, fraterniser, etc.
- Pour partager les messages officiels de l'entreprise.

Nous considérons inappropriés la création et le partage de contenu comportant:

- Un caractère obscène ou raciste;
- Des informations à caractère politique ou religieux;
- Des attaques personnelles, des insultes ou des propos jugés inappropriés;
- Des propos diffamatoires;
- Du contenu plagié ou contrevenant aux droits d'auteurs, de marque de commerce, etc.;
- Du matériel publicitaire ou des pourriels (Spam).

Conseil

Dans cette section, définissez quels sont les comportements et les utilisations qui sont appropriés et inappropriés dans les médias sociaux.

Il est important de rappeler aux salariés qu'ils sont responsables des commentaires formulés sur les sites « sociaux » qui impliquent, directement ou indirectement, l'employeur.

5.2 Publication sur les médias sociaux

Seulement les employés qui ont la permission écrite de la haute direction de l'entreprise ou qui occupent une fonction dont les responsabilités et les tâches y font explicitement référence ont le droit d'utiliser les logos et les marques de commerce ainsi que de parler au nom de celle-ci.

Les employés doivent divulguer leur identité lorsqu'ils s'engagent dans des discussions ou dans le partage de contenu lié à l'organisation. Si ceux-ci veulent exprimer une opinion sur un sujet controversé, les employés doivent inclure un avertissement indiquant que les opinions exprimées sont les leurs et non ceux de l'entreprise ou de ses employés.

Conseil

Dans cette section, définissez qui est habilité à parler au nom de l'entreprise et précisez le besoin de transparence dans les communications des employés.

5.3 Protection de la propriété intellectuelle

Les employés ne doivent pas divulguer d'informations privées ou confidentielles sur l'entreprise, ses employés, les clients et les fournisseurs sur les médias sociaux. Les employés doivent respecter les marques déposées, la propriété intellectuelle et les informations exclusives. Aucun contenu créé par des tiers ne devrait être publié sans l'autorisation préalable du propriétaire de ce contenu.

Conseil

Dans cette section, clarifiez les éléments de la propriété intellectuelle, des informations confidentielles et de la sécurité informatique s'il y a lieu.

5.4 Autorisation de communication sur les médias sociaux

À titre d'employé, vous êtes autorisé à utiliser de manière raisonnable l'accès Internet et les réseaux sociaux sur les lieux de travail pour des fins personnelles seulement lors de votre temps de pauses.

Conseil

Dans cette section, définissez quels types d'usages des médias sociaux et d'Internet vous autorisez aux employés (usage personnel raisonnable sur les heures de travail ou aux pauses, avec les équipements de l'entreprise ou personnels, interdiction complète sur les heures de travail, incluant les appareils mobiles).

5.5 Condition d'utilisation et d'accès aux médias sociaux

Tout employé qui abuse de l'accès privilégié à Internet ou aux médias sociaux s'expose à des mesures disciplinaires pouvant aller jusqu'à son congédiement.

Conseil

Dans cette section, précisez et énumérez les conditions et conséquences du respect de la politique.

À qui s'applique la politique ? Les employés ont-ils tous les mêmes permissions ?

L'employé ne doit pas considérer son utilisation des ressources technologiques comme faisant partie de sa vie privée. L'employeur a le droit de surveiller l'utilisation que font les employés des ressources technologiques.

SOUTIEN ET FORMATION

6

6.1 Présence Web de l'organisation

Site Web :

Compte Facebook :

Compte Twitter :

Compte LinkedIn :

Compte You Tube :

Compte Instagram :

Compte Snapchat :

Conseil

Dans cette section, faites la liste des différents sites Web et médias sociaux que vous utilisez au sein de l'entreprise.

6.2 Personne-ressource

Si vous avez des questions techniques, des interrogations sur comment répondre à un commentaire, découvrez des erreurs ou des irrégularités, veuillez contacter :

Nom de la personne :

Titre :

Courriel :

Téléphone :

Conseil

Dans cette section, identifiez la personne responsable de la mise en place et de la promotion de la politique auprès des employés.

6.3 Bonnes pratiques

Lorsque vous êtes sur le web et utilisez les médias sociaux, vous êtes en public. Ainsi, voici quelques recommandations pour protéger votre réputation et celle de l'entreprise :

- si vous avez un doute, ne publiez pas;
- soyez conscient que vous représentez l'entreprise;
- faites toujours une pause pour réfléchir avant d'envoyer une communication;
- envoyez des commentaires significatifs et respectueux;
- respectez les informations et les contenus exclusifs ainsi que la confidentialité;
- lorsque vous n'êtes pas du même avis que les autres, restez courtois et poli;
- limitez-vous à votre domaine d'expertise;
- citez vos sources, s'il y a lieu;
- gardez des traces de vos interactions en ligne.

Conseil

Dans cette section, vous faites une liste des bonnes pratiques et des bonnes manières sur le Web (Netiquette).

7.1 Nos stratégies de commercialisation

Notre équipe de marketing et de communication utilise les médias sociaux pour faire connaître nos produits et services ainsi que pour entrer en relation avec nos clients actuels et potentiels. Comme employé, nous souhaitons que vous soyez des ambassadeurs de notre organisation, que vous fassiez la promotion de nos valeurs, de nos produits et de notre engagement envers la communauté.

Notre équipe de ressources humaines utilise les médias sociaux pour faire du recrutement et favoriser la rétention du personnel. Comme employé, nous souhaitons que vous diffusiez votre opinion sur la qualité de l'environnement de travail, de l'ambiance de travail, de l'accompagnement, de la formation continue qui vous est offerte, etc.

Conseil

Dans cette section, présentez et précisez votre stratégie d'affaires de l'utilisation des médias sociaux dans votre entreprise. Vous pourriez aller plus loin en divulguant vos objectifs, les stratégies pour y répondre et vos tactiques mises en place pour les atteindre.

L'utilisation d'un schéma, d'une entrevue vidéo de la personne responsable pourraient permettre de faire comprendre la vision de l'entreprise et de mobiliser les employés à participer au succès de l'entreprise.

7.2 Personne-ressource

Si vous avez des questions concernant notre stratégie marketing ou que vous désirez vous impliquer, veuillez contacter :

Nom de la personne :

Titre :

Courriel :

Téléphone :

Conseil

Dans cette section, identifiez la personne responsable de la mise en place de la stratégie d'affaires de l'entreprise.

Guide de rédaction

Politique d'utilisation des médias sociaux

Produit pour le



Produit par

PYGMALION

Avec la contribution financière de



24 Janvier 2012

Dernière mise à jour: Janvier 2017