

POL 80-11

Politique sur l'utilisation des médias sociaux

Direction, talent et culture

Version 15 juin 2023

En vigueur : 2011-09-22	Approbation : Président-directeur-général Conseil d'administration
Révisé le : 2023-06-15	

Table des matières

1.	Objectif	3
2.	Définition	3
3.	Interprétation	3
4.	Portée	3
5.	Responsabilités	3
6.	Principes généraux	4
6.1	Les principes suivants s'appliquent à tout.e employé.e :	4
6.1.1	<i>Soyez transparent.e</i>	4
6.1.2	<i>Vous êtes responsable de vos actions et de vos propos</i>	4
6.1.3	<i>Vie personnelle et vie professionnelle</i>	5
6.1.4	<i>Parler au nom de la Société ou parler de celle-ci</i>	5
6.1.5	<i>Information négative affichée sur les médias sociaux</i>	5
6.1.6	<i>Utilisation des médias sociaux à la Société</i>	6
6.1.7	<i>Contrôle sur l'utilisation des médias sociaux</i>	6



1. Objectif

Les médias sociaux présentent un potentiel important de développement des relations avec nos clients, nos partenaires, nos fournisseurs et nos collègues. Ils présentent également un potentiel d'utilisation abusive, susceptible de causer du tort à la Société du Palais des congrès de Montréal ("la Société"). Pour cette raison, la présente politique vise à établir les principes d'utilisation des médias sociaux que doivent appliquer les employé.e.s, non seulement quand ils ou elles agissent au nom de la Société, mais aussi quand ils ou elles interviennent à titre personnel sur des sujets ayant trait à la Société.

2. Définition

Médias sociaux : médias numériques qui visent à faciliter la création et le partage de contenu généré par les utilisateurs, la collaboration et l'interaction sociale. Les médias sociaux utilisent l'intelligence collective dans un esprit de collaboration en ligne. Ils permettent aux internautes de créer ensemble du contenu, de l'organiser, de le modifier et de le commenter. Parmi les applications associées aux médias sociaux, mentionnons les réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn), les plateformes de partage de vidéos (TikTok, YouTube, Vimeo), les plateformes de partage de photos (Instagram, Pinterest), les plateformes de podcast, de blogage ou de microblogage (Twitter, Mastodon) et les encyclopédies collaboratives (Wikipédia).

3. Interprétation

Le ou la directeur.trice, talent et culture ou son.sa représentant.e est responsable de l'interprétation et de l'application de cette politique en collaboration avec le ou la directeur.trice du marketing et des communications.

4. Portée

La présente politique s'applique en tout temps, durant et en dehors des heures de travail, à tout.e.s les employé.e.s de la Société, quel que soit le support informatique utilisé (cellulaire, ordinateur, tablette électronique, etc.). À défaut de respecter cette politique, des mesures disciplinaires peuvent être prises, allant jusqu'au congédiement.

5. Responsabilités

Les gestionnaires s'assurent de l'utilisation des médias sociaux selon les dispositions générales de cette politique.



6. Principes généraux

Les employé.e.s de la Société doivent être conscient.e.s que les propos échangés sur les médias sociaux peuvent être utilisés par de tierces personnes et que ces propos peuvent avoir un impact sur l'image de la Société. Afin de contribuer à l'atteinte des objectifs, de la mission et du développement de la Société, les employé.e.s qui interviennent sur les médias sociaux doivent y faire des commentaires pertinents et respectueux. Ils doivent s'inspirer des valeurs de l'organisation (créativité, ouverture, respect et savoir-faire), tout en respectant le *Code d'éthique du personnel de la Société du Palais des congrès de Montréal*, les politiques informatiques, la politique de diffusion de l'information ainsi que toute autre politique de la Société et les lois applicables¹.

6.1 Les principes suivants s'appliquent à tout.e employé.e :

6.1.1 *Soyez transparent.e*

Identifiez-vous comme employé.e de la Société lorsque vous désirez intervenir à propos de la Société sur les médias sociaux, que vous vous adressiez à un concurrent, à un fournisseur, à un d'un partenaire, à un client ou à toute autre personne. Vous ne pouvez pas utiliser un « alias », un « avatar » ou emprunter l'identité professionnelle d'une autre personne. Vous devez assurer l'intégrité de la Société en apportant des propos véridiques et de bonne foi, être respectueux envers les opinions des autres personnes et répondre de façon respectueuse et courtoise.

6.1.2 *Vous êtes responsable de vos actions et de vos propos*

Tout.e employé.e qui publie sur les médias sociaux est personnellement responsable du contenu diffusé, sauf lorsque telle publication est faite à la demande de son supérieur et à la connaissance de la Société. Si vous commettez une erreur, corrigez-la rapidement. Indiquez les modifications apportées à une précédente publication. N'oubliez pas que les publications supprimées peuvent être trouvées grâce à une recherche sur Internet. Ne publiez jamais de fausses informations à propos de la Société ou de ses clients, partenaires, fournisseurs et employé.e.s.

¹ Code civil du Québec, art.2085 : « Le contrat de travail est celui par lequel une personne, le salarié, s'oblige, pour un temps limité et moyennant rémunération, à effectuer un travail sous la direction ou le contrôle d'une autre personne, l'employeur ».

Code civil du Québec, art. 2088 : « Le salarié, outre qu'il est tenu d'exécuter son travail avec prudence et diligence, doit agir avec loyauté et honnêteté et ne pas faire usage de l'information à caractère confidentiel qu'il obtient dans l'exécution ou à l'occasion de son travail ».



6.1.3 Vie personnelle et vie professionnelle

Lorsque vous êtes en ligne, la vie privée et la vie professionnelle peuvent se croiser. La Société respecte les droits à la vie privée de chacun.e. Toutefois, l'information que vous affichez sur les médias sociaux est du domaine public, et à ce titre, faites preuve de courtoisie et de jugement. Le respect des droits d'autrui (image, information confidentielle, réputation, propriété intellectuelle, etc.) doit être au cœur des préoccupations de toute personne qui utilise les réseaux sociaux. Par exemple, vous ne pouvez pas prendre des photos ou des vidéos de vos collègues, et/ou les identifier et afficher ces contenus sur les réseaux sociaux sans avoir préalablement obtenu leur consentement. De plus, vous ne pouvez pas publier de propos qui pourrait nuire à la réputation d'un.e collègue ou de la Société.

Conformément au code d'éthique en vigueur à la Société et à la politique de diffusion de l'information, soyez au fait que certaines informations ne peuvent être divulguées lorsqu'elles sont acquises dans l'exécution de votre travail et/ou à l'occasion de votre travail. Par exemple, il vous est interdit de diffuser de l'information en lien avec les plans stratégiques développés par la Société ainsi que les activités tenues par celle-ci, que ce soit au sujet de ses clients, ses partenaires ou de ses employé.e.s. Ces informations peuvent affecter l'intégrité de la Société, de ses employé.e.s, de ses partenaires, de ses clients ou des participants aux événements. Dans le doute, adressez-vous à la Direction du marketing et des communications ou à la Direction, talent et culture.

6.1.4 Parler au nom de la Société ou parler de celle-ci

La Direction du marketing et des communications est responsable de diffuser la position officielle de la Société sur les enjeux et les activités la concernant. Celle-ci désigne les représentant.e.s autorisé.e.s à intervenir selon la situation. Si vous désirez parler au nom de la Société ou de celle-ci, vous devez en tout temps avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de la Direction du marketing et des communications.

6.1.5 Information négative affichée sur les médias sociaux

Il peut arriver que des commentaires, des opinions ou des nouvelles négatives concernant la Société, ses partenaires ou ses clients soient diffusés sur les médias sociaux. Si vous n'êtes pas autorisé.e à parler au nom de la Société, évitez de publier sur le sujet en votre nom personnel et assurez-vous qu'un.e représentant.e autorisé.e de la Direction du marketing et des communications soit mis.e au fait de l'information diffusée sur les médias sociaux, afin que celui-ci ou celle-ci puisse réagir selon la situation.



6.1.6 Utilisation des médias sociaux à la Société

Les activités ou les initiatives personnelles des employé.e.s entreprises au nom de la Société (par exemple : levées de fonds) doivent être autorisées par le ou la supérieur.e immédiat.e. Le temps passé sur les médias sociaux liés à ces actions doit être limité à des raisons professionnelles uniquement.

Les employé.e.s doivent faire preuve de jugement et de discipline en ce qui concerne l'utilisation du temps dont ils ou elles disposent.

L'utilisation des médias sociaux pour des raisons personnelles au travail doit se faire lors des périodes de pause ou de repas. Cette utilisation ne doit pas vous empêcher de remplir vos obligations à titre d'employé.e ni d'accomplir les tâches sous votre responsabilité.

6.1.7 Contrôle sur l'utilisation des médias sociaux

Si un.e représentant.e de la Société a un motif raisonnable de croire à une utilisation abusive ou contraire à la présente politique, la Société peut procéder à des contrôles ou des vérifications et prendre, le cas échéant, des mesures disciplinaires jugées nécessaires.

7. Consentement

Par la présente, je reconnais avoir lu la politique sur l'utilisation des médias sociaux et je consens à m'y conformer.

Signature de l'employé.e :

Date :