



Politique d'utilisation des médias sociaux

01. Contexte

Diffusion communautaire des Îles reconnaît l'importance d'Internet et des médias sociaux en tant que complément efficace à la diffusion de nos informations et productions radiophoniques.

Diffusion communautaire des Îles reconnaît également l'importance du rôle que peuvent jouer ses employés utilisant les médias sociaux, qui publient des informations et entretiennent des conversations avec les citoyens dans le but de mettre en valeur différents aspects de l'entreprise.

L'objectif de Diffusion communautaire des Îles est de créer une conversation avec ses auditeurs ainsi qu'avec ses clients et partenaires afin d'augmenter sa notoriété, son auditoire et ses revenus. Pour cela, elle compte sur l'implication de ses employés en soutenant leur droit d'interagir avec professionnalisme et socialement dans les différentes sphères des médias sociaux.

Diffusion communautaire des Îles encourage donc ses employés à créer des contenus dans les médias sociaux, dans la mesure où cela ne nuit pas à leurs tâches et responsabilités au sein de l'entreprise et que cela contribue à son essor.

Que ce soit par des contenus sur un blogue, Facebook, Twitter, Linked-in ou un Wiki, des photos ou vidéos sur des sites spécialisés, ou généralement sur des sites Web externes, Diffusion communautaire des Îles souhaite s'assurer que tout contenu sera publié selon ses valeurs, ses attentes et ses règles énoncées en fin de ce document.

02. Directives

Voici une présentation des règles de conduite que nous avons adoptées afin de mieux encadrer la participation de nos employés et bénévoles sur Internet et dans les médias sociaux.

2.1 Utilisations appropriées et inappropriées des médias sociaux.

Nous encourageons tous les employés à utiliser Internet et les médias sociaux afin de participer à la vie numérique et aux interactions sociales soit pour s'informer, partager, se divertir, fraterniser, et dans certains cas, faire rayonner les messages officiels de l'entreprise.

En contrepartie, aucun employé ou bénévole n'a l'obligation de se doter d'un compte personnel sur l'un ou l'autre des réseaux sociaux. Personne ne fera l'objet de pression, en ce sens, et ne subira aucune perte d'avantages.

La création d'un profil déterminé à des activités professionnelles, autres que celles reliées à DCI, n'est pas recommandée, ni encouragée. Cependant, si tel est le cas, les obligations relatives au compte de la compagnie ou du travailleur autonome s'appliqueront tant et aussi longtemps que le lien d'emploi entre l'employé, le pigiste, le contractuel, le bénévole et Diffusion communautaire des Îles n'aura pas été formellement coupé. Toutes les informations produites pour et par CFIM-MF et CFIM.CA comme les écrits du type texte, information, documents audio, vidéo, graphique ou photographique devront être retirés de ce compte dans un délai de 24 heures, à moins d'un avis écrit contraire.

Peu importe le moyen ou la plate-forme, nous considérons inappropriés pour nos employés la création et le partage de contenu comportant :

- Un caractère obscène ou raciste;
- Des informations à fort caractère politique ou religieux extrémiste;
- Des attaques personnelles, des insultes ou des propos jugés inappropriés;
- Des propos diffamatoires;
- L'utilisation de contenu plagié ou contrevenant aux droits d'auteurs et/ou de marque de commerce, sans mention de la provenance ou de la source ;
- De la publicité ou de la promotion d'événements, de lieux, de produits, de biens ou de services, entrant en conflit avec notre marché publicitaire.
- De créer ou d'opérer un compte sous un faux nom ou un pseudonyme

2.2. Publication sur les médias sociaux (Comptes de l'entreprise)

Seulement le personnel dûment autorisé par la direction a le droit d'utiliser les logos et les marques de commerce ainsi que de parler au nom de celle-ci.

Les employés et les bénévoles doivent divulguer leur identité lorsqu'ils s'engagent dans des discussions ou dans le partage de contenu lié à l'organisation.

Les employés et les bénévoles doivent s'abstenir de commenter tous sujets controversés. En cas de doute, veuillez consulter la direction.

Le personnel en ondes devra faire preuve de rigueur en évitant de livrer directement en ondes de l'information brute en provenance des réseaux sociaux sans en vérifier la véracité par au moins 2 sources.

La publication d'informations sur les médias sociaux devra obligatoirement permettre de maintenir la fréquentation du site internet de l'entreprise, en favorisant sa visite. Une courte phrase, quelques mots clés et un lien permettant de rediriger les internautes vers le www.cfim.ca et ses pages associées, sur lesquelles seront

déposée l'intégralité des nouvelles, des entrevues, chroniques, des images, des vidéos, des émissions produites ou diffusées par Diffusion communautaire des Îles.

2.3. Protection de la propriété intellectuelle. (Comptes de l'entreprise)

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

2.4 Autorisation de communication sur les médias sociaux.

À titre d'employé, salarié ou bénévole, vous êtes autorisé à utiliser de manière raisonnable l'accès internet de DCI et les réseaux sociaux sur les lieux de travail à des fins personnelles, préférablement sur votre temps de pause.

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

Diffusion communautaire des Îles considère l'actuel document comme une directive d'utilisation du système informatique, de l'internet et du courrier électronique. 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, conformément aux articles sur les mesures disciplinaires du manuel de l'employé.

3. Soutien et formation

3.1 Présence web de l'organisation

Site internet : www.cfim.ca

Compte courriel : administration@cfim.ca

Compte Facebook : www.facebook.com/cfimfm

Compte Twitter : www.twitter.com/cfimradio

3.2 Personnes-Ressources

Si vous avez des questions techniques, des interrogations sur comment répondre à un commentaire, découvert des erreurs ou des irrégularités, veuillez communiquer avec :

Paul Turbide
Responsable des services techniques
technique@cfim.ca
418-986-5233, poste 232

Annie Lapierre
Agent de communication
communication@cfim.ca
418-986-5233, poste 444

Marjolaine Arseneau
Directrice des programmes
prog@cfim.ca
418-986-5233, poste 227

3.3 Bonnes pratiques

Lorsque vous êtes sur internet 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;
- Si vous n'osez pas le dire en public, 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.

4. Stratégies d'affaires

4.1 Nos stratégies de commercialisation

Diffusion communautaire des Îles utilise les médias sociaux pour faire connaître ses informations, sa programmation, ses animateurs, ses produits et services ainsi que pour entrer en relation avec ses auditeurs, clients et fournisseurs actuels et potentiels. Comme membres du personnel participants à cette stratégie, 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.

4.2 Personnes-Ressources

Si vous avez des questions concernant notre stratégie d'affaires ou que vous désirez vous impliquer, veuillez communiquer avec :

Charles-Eugène Cyr
Directeur général
direction@cfim.ca
418-986-5233

5. Dispositions finales

5.1. Entrée en vigueur

La présente politique entre en vigueur 1^{er} mars 2014 et pourra faire l'objet d'adaptations ou de modifications en fonction de l'évolution de la technologie et de ses applications. Le directeur général est responsable de l'application de cette politique.

Danièle Houde
Présidente du conseil

10 février 2014