
Directive

des médias sociaux

1. Objectif de la directive

La présente directive d'utilisation des médias sociaux est mise en place afin d'assurer l'homogénéité et l'efficacité des communications Web de la Ville de Blainville. Elle sert à encadrer les pratiques d'utilisation des différents médias sociaux utilisés par ses employés, incluant les membres du conseil municipal, et vise à favoriser les échanges avec les citoyens tout en demeurant conforme aux règles et aux lois en vigueur.

1.1 Service de police

En raison de leurs différents publics cibles, de leurs exigences et de leurs objectifs particuliers, les employés désignés au Service de police sont autorisés à diffuser de l'information sur les réseaux sociaux au nom de leur service.

2. Présence de la Ville sur les médias sociaux

Cette directive est évolutive et s'adapte en fonction des médias sociaux auxquels la Ville pourrait adhérer dans le futur. L'utilisation des médias sociaux se veut un complément des autres méthodes d'information employées par la Ville. Le site Web demeure la principale référence.

2.1 Comptes de médias sociaux officiels :

- › Facebook : Ville et Service de police
- › TikTok : Ville
- › LinkedIn : Ville
- › YouTube : Ville
- › Instagram : Ville

3. Objectifs d'utilisation des médias sociaux

- › Promouvoir les événements, les services et les installations de la Ville;
- › Diffuser les campagnes de sensibilisation;
- › Transmettre rapidement de l'information en situation d'urgence;
- › Partager de l'information à des publics ciblés;
- › Créer une communauté interactive (sondage);
- › Participer aux échanges citoyens;
- › Recruter du personnel.

3.1 Public cible

Les médias sociaux de la Ville visent principalement à atteindre les citoyens, les entreprises, les fournisseurs, les collaborateurs, les visiteurs, les médias, les futurs citoyens, les personnes œuvrant au sein du milieu municipal de même que toute personne s'intéressant à la Ville.

4. Abonnements et abonnés

La Ville de Blainville n'endosse pas les propos partagés par les personnes abonnées à ses différents médias sociaux ou par ceux qu'elle suit dans un but informatif. Elle doit s'assurer de suivre du contenu pertinent, en lien avec sa vocation d'administration municipale au service des citoyens. Elle peut suivre des organismes financés ou reconnus et vise à être équitable dans ses abonnements, en s'abstenant de faire du favoritisme et en ne s'abonnant à aucun parti politique.

5. Informations citoyennes

5.1 Événements et activités diverses

Le choix des activités et des événements partagés par la Ville est à son entière discrétion.

5.2 Communiqués de presse

Les communiqués de presse peuvent être diffusés sur les médias sociaux, mais le choix de ces publications est à la discrétion de la Ville. Seules les grandes lignes sont résumées, en une ou deux phrases maximum, afin d'inciter les utilisateurs à cliquer sur le lien qui mène au communiqué intégral sur le site Web.

5.3 Offres d'emploi

Certaines offres d'emplois sont diffusées par la Ville sur ses comptes Facebook ou LinkedIn. Elles sont transmises par le Service des ressources humaines au Service des communications et de l'expérience citoyenne qui publie, si possible, plus d'un poste à la fois, afin d'inciter les gens à partager et à identifier la publication à leurs connaissances, et ainsi obtenir un plus grand nombre de candidatures.

5.4 Période d'élections

En plus des publications habituelles, les médias sociaux sont utilisés pour diffuser de l'information destinée aux électeurs et aux candidats à propos du déroulement du processus électoral.

Par souci d'impartialité et de neutralité, la Ville n'émet aucun commentaire ou opinion à caractère politique durant la période d'élections. Les candidats à la mairie et aux postes de conseillers doivent utiliser leur compte personnel pour présenter leurs idées. Tout contenu publié sur les médias sociaux appartenant à la Ville en lien avec leur campagne électorale sera retiré. Ceci prévaut également lors d'élections provinciales ou fédérales.

5.5 Appels d'offres, avis publics et règlements

Les appels d'offres, les avis publics, les résultats de soumission et la plupart des règlements municipaux ne sont pas diffusés sur les médias sociaux de la Ville.

5.6 Publicités

À l'exception des événements et des activités qu'elle organise, la Ville ne publie aucune publicité externe sur ses médias sociaux. Toute publicité provenant d'un tiers ne sera ni approuvée ni partagée, et toute publication non conforme sera supprimée.

Les publicités diffusées en commentaire sur les réseaux sociaux de la Ville seront supprimées. À la troisième publicité diffusée par un même utilisateur, celui-ci sera banni du compte.

5.7 Partenaires externes

La Ville ne diffusera aucune publication pour ses partenaires externes sur ses différents médias sociaux. Toutefois, elle pourra partager une publication diffusée sur la page de l'un ou l'autre de ceux-ci lorsqu'elle jugera qu'il est pertinent de le faire (ex. : avis du ministère des Transports, du ministère de la Sécurité publique, d'exo, présidence d'honneur d'un élu ou toute autre information jugée pertinente pour ses citoyens).

Exception: une publication originale pourra être prévue dans le cadre de présidence d'honneur au nom de la Ville, par la mairesse, au profit d'un partenaire externe ou d'un événement ponctuel.

6. Plaintes et requêtes

Bien que la Ville soit en interaction sur ses comptes officiels, elle ne traite pas les plaintes et les requêtes soumises par les utilisateurs sur les médias sociaux. Les utilisateurs désirant formuler une plainte sont invités à contacter la Ville par téléphone ou par courriel.

7. Demandes médias

Les journalistes qui souhaitent adresser une question à la Ville ou obtenir une entrevue avec la mairesse doivent formuler leur demande au Service des communications et de l'expérience citoyenne, par téléphone ou par courriel. En aucun cas la Ville ne répond aux demandes médias qui lui sont adressées par l'entremise des médias sociaux.

8. Directives de rédaction

Les utilisateurs doivent employer un langage adéquat lors de leurs interventions sur les comptes officiels de la Ville. En tout temps, un ton courtois, poli et professionnel doit être utilisé. Tout commentaire inapproprié

ou irrespectueux sera immédiatement supprimé par le Service des communications et de l'expérience citoyenne.

Sauf exception ou termes spécifiques techniques, les publications et les réponses aux commentaires des internautes doivent être rédigées en français, avec une grammaire et une orthographe de qualité, exemptes de fautes.

9. Fréquence des publications

À moins d'une situation exceptionnelle (urgence, annonce d'intérêt public, etc.), un maximum de deux publications par plateforme, par jour seront diffusées sur les médias sociaux.

Afin d'en assurer l'efficacité, le contenu des médias sociaux doit être réfléchi, établi et programmé d'avance. Un nombre trop important de publications risquerait de faire perdre l'intérêt aux utilisateurs et certains finiraient par se désabonner.

10. Présence et veille sur les médias sociaux

À l'ère des réseaux sociaux, la Ville doit être présente et active sur ses différents comptes. Elle encourage donc la participation citoyenne sur l'ensemble de ceux-ci.

À l'exception des situations d'urgence, la gestion des demandes d'information et des commentaires est généralement effectuée pendant les heures de travail, dans les 24 à 72 heures suivant la demande. Les commentaires envoyés après les heures d'ouverture, la fin de semaine ou les jours fériés sont traités par ordre d'importance, le plus rapidement possible.

Puisque certaines informations doivent être vérifiées avant leur publication, il est possible qu'une personne qui a posé une question reçoive une réponse temporaire. Un utilisateur pourrait, par exemple, recevoir une communication l'avisant que sa publication a été prise en compte, mais qu'une réponse plus précise lui sera fournie ultérieurement.

10.1 Situations d'urgence

Les comptes de médias sociaux de la Ville peuvent être utilisés en situation d'urgence afin de diffuser rapidement de l'information jugée pertinente. Par conséquent, les interactions avec les abonnés en lien avec les publications régulières peuvent être retardées.

11. Rôles et responsabilités

11.1 Service des communications et de l'expérience citoyenne

La gestion des médias sociaux officiels de la Ville de Blainville relève du Service des communications et de l'expérience citoyenne. Toute publication de messages ou d'images diffusées au nom de la Ville sur les médias

sociaux doit être faite par les personnes autorisées seulement.

Le Service des communications et de l'expérience citoyenne joue un rôle essentiel dans la veille et la présence de la Ville de Blainville sur les médias sociaux. Il s'assure de l'uniformité de la présence Web et de la pertinence des informations véhiculées.

11.1.1 Tâches principales en lien avec la gestion des réseaux sociaux :

- › Publier et modifier de l'information (programmée ou non);
- › Répondre aux questions ou diriger vers les bonnes ressources, au besoin;
- › Gérer les commentaires;
- › Créer du contenu;
- › Animer la communauté;
- › Effectuer de la veille stratégique;
- › Créer et gérer un calendrier éditorial;
- › Analyser les statistiques d'utilisation;
- › Modifier l'aspect visuel des médias sociaux, au besoin;
- › Créer de nouveaux comptes, au besoin.

12. Employés et élus

La Ville de Blainville est favorable à l'utilisation des médias sociaux et encourage ses élus, ses employés ainsi que toute personne intéressée par les activités et les services municipaux à participer, à partager et à faire rayonner les messages officiels transmis par celle-ci. Une utilisation appropriée est cependant nécessaire. Aucune forme de cyberintimidation ou de cyberharcèlement ne sera tolérée et pourrait faire l'objet d'une sanction applicable selon la situation.

12.1 Employés

Les employés ne sont pas autorisés à répondre aux commentaires sur les différents médias sociaux de la Ville en leur nom personnel. S'ils connaissent la réponse à une question posée par un citoyen ou s'ils ont une meilleure réponse que celle donnée par le Service des communications et de l'expérience citoyenne, ils devront la soumettre par écrit à communications@blainville.ca.

Les employés qui possèdent un compte sur les médias sociaux peuvent mentionner qu'ils sont à l'emploi de la Ville. Toutefois, malgré leur affiliation professionnelle, leurs messages et leurs prises de position ne représentent pas la position officielle de la municipalité et doivent être considérés comme des opinions.

12.2 Gestion des mots de passe

Les employés ayant accès à l'administration des différents comptes de médias sociaux de la Ville sont responsables de toutes les actions effectuées à l'aide de leurs codes d'accès et sont responsables de la confidentialité de leurs mots de passe. En aucun cas, les mots de passe ne doivent être inscrits à un endroit susceptible d'être découvert par un autre utilisateur et ne doivent en aucun cas être partagés ou divulgués à une autre personne. L'utilisateur qui a des doutes sur la confidentialité de son mot de passe doit le changer immédiatement et en

avertir son directeur de service et le Service des technologies de l'information.

- › Les mots de passe doivent être traités comme des informations sensibles et confidentielles appartenant à la Ville;
- › L'utilisateur ne doit pas utiliser de mots de passe professionnels pour ses comptes privés et vice versa;
- › L'utilisateur doit avoir un mot de passe distinct et unique pour chacun de ses comptes professionnels (exemple : ne pas utiliser le même mot de passe pour le compte Facebook et pour un compte utilisé à la ville);
- › Les mots de passe doivent être changés tous les 60 jours (ou au moindre soupçon de vulnérabilité) et doivent être composés d'un minimum de 12 caractères mélangeant au moins trois des quatre types de signes suivants : des majuscules, des minuscules, des chiffres ou des caractères spéciaux;
- › L'utilisateur doit recourir à l'authentification multifacteur chaque fois que possible.

12.3 Protection des données

- › Les employés ne doivent pas divulguer d'informations privées, nominatives ou confidentielles sur l'organisation, les employés, les clients et les fournisseurs sur les médias sociaux;
- › La politique sur la sécurité des actifs informationnels, le code d'éthique et les lois d'accès à l'information s'appliquent en tout temps.

12.4 Élus

Les élus sont assujettis aux mêmes exigences que les employés de la Ville concernant l'utilisation des médias sociaux.

De plus, les médias sociaux de Blainville étant utilisés pour véhiculer des informations relatives à l'administration municipale, les membres du conseil devront exprimer leurs opinions politiques sur leurs comptes personnels.

13. Nétiquette

Une nétiquette est nécessaire au bon fonctionnement des médias sociaux. Elle comprend l'ensemble des balises et codes de conduite à respecter régissant le comportement des internautes lors des échanges. Elle est affichée sur les différents médias sociaux utilisés par la Ville. Il est supposé que tous les utilisateurs en ont pris connaissance et l'acceptent telle quelle.

Tout ce qui est créé ou généré par les employés par l'intermédiaire des divers réseaux sociaux de la Ville de Blainville est et demeure sa propriété.

La nétiquette est disponible pour consultation en annexe.

14. Utilisation de l'image de la Ville

Les Spotted ou autres pages du genre ne peuvent en aucun cas utiliser le logo, les textes ou les images de la Ville. Toutefois, ces pages sont encouragées à partager nos publications. Toute utilisation non conforme doit être dénoncée au Service des communications et de l'expérience citoyenne.

15. Droits d'auteur et respect de la vie privée

La Ville de Blainville s'assure de respecter les droits d'auteur et la vie privée dans ses publications. Par conséquent, seules les images autorisées sont publiées sur ses différents médias sociaux. Au besoin, la source des images est indiquée dans le texte qui les accompagne.

16. Mise en application

La présente a été adoptée le 4 juillet 2024 et mise en vigueur le 4 juillet 2024.

Chantal Gauvreau,
directrice générale



ANNEXE 1 – Évitez les maladresses

NE JAMAIS OUBLIER ...

1. Les médias sociaux sont viraux. Vous commentez, partagez, cliquez J'aime ... Vos amis et peut-être les amis de vos amis ou la planète entière peuvent voir votre publication.
2. Internet n'est pas anonyme. Vous êtes personnellement responsable du contenu que vous publiez sur Internet.
3. Internet a une mémoire d'éléphant. Avec un grand nombre d'informations publiées sur les médias sociaux, celles-ci sont vite désuètes. Cependant, toutes les informations publiées en ligne, même celles supprimées, y demeurent longtemps.
4. Faites une pause. Toujours bien réfléchir aux conséquences et à l'utilité d'une communication avant de l'envoyer. Relisez-vous plus d'une fois et relisez aussi le contenu auquel vous réagissez.
5. Honnêteté et respect. Ne publiez pas de billets ou de liens reliés à du contenu contraire à la Directive des médias sociaux de la Ville.
6. Citez vos sources. Chacun ses responsabilités. Faites toujours un lien vers l'auteur ou le site original.
7. Référez aux spécialistes. Limitez-vous à votre domaine d'expertise et déchargez-vous des responsabilités qui ne sont pas les vôtres. Vous vous assurez de donner le meilleur service en dirigeant vos interlocuteurs vers les sources appropriées et reconnues.

DEMANDEZ-VOUS...

1. Le diriez-vous à haute voix ? La frontière est floue aujourd'hui entre la vie professionnelle et la vie personnelle. Écrivez toujours comme si tout le monde pouvait vous lire. N'écrivez jamais quelque chose que vous ne seriez pas prêt à dire à haute voix aux personnes concernées.
2. Quelle image voulez-vous que les autres aient de vous ? Comment les autres peuvent interpréter mes propos ?
3. Est-ce confidentiel ? Suivre les consignes de protection des renseignements personnels et confidentiels énoncés dans la Directive des médias sociaux de la Ville.
4. Est-ce pertinent ? Ajoutez du contenu intéressant à valeur ajoutée.
5. Est-ce que j'alimente la polémique ? Si vous trouvez un commentaire négatif en ligne sur vous-même ou sur la Ville, ne répliquez pas avec un autre commentaire de sorte à alimenter la polémique ou à porter atteinte à l'intégrité et à l'image de la Ville. Avisez immédiatement le Service des communications ou la Direction générale.

Source :
Ville de Saint-Amable 2020. « Politique d'utilisation des médias sociaux ». st-amable.qc.ca

ANNEXE 2

Nétiquette

Comportements attendus

La Ville de Blainville souhaite qu'il n'y ait que des échanges harmonieux dans les médias sociaux. Elle encourage les échanges entre tous, mais certains comportements sont attendus :

- › aucune information personnelle à propos d'un autre utilisateur, d'autrui ou d'un employé;
- › aucune attaque ou insulte;
- › aucun propos discriminatoire, diffamatoire ou sexiste;
- › aucun propos politique ou commentaire désobligeant ou offensant envers le maire, les conseillers municipaux, la Ville de Blainville ou les employés;
- › aucun commentaire incitant à la haine raciale, religieuse, ethnique ou autre;
- › aucun langage grossier;
- › aucune promotion ou acte pour discréditer un parti politique ou ses représentants;
- › les commentaires doivent être pertinents, compréhensibles et avoir un lien avec le contenu des sujets publiés,
- › aucune sollicitation ou publicité à des fins commerciales,
- › aucune annonce provenant d'organisations syndicales ou politiques.

La Ville de Blainville n'est pas responsable des commentaires et des opinions des utilisateurs.

La Ville de Blainville autorise les utilisateurs à ajouter des hyperliens pourvu que le contenu soit en lien avec les sujets abordés. Il est entendu que la Ville de Blainville n'est pas responsable du contenu de ces sites externes.

Modération

Afin de s'assurer d'obtenir des échanges constructifs et respectueux, la Ville de Blainville modère tous les commentaires créés ou partagés dans les médias sociaux. La Ville de Blainville se réserve le droit de supprimer tout commentaire qu'elle juge inapproprié ou qui ne respecte pas la présente directive ou les conditions d'utilisation des médias sociaux. La Ville de Blainville peut également bannir un abonné ou un adepte qui enfreint les règles établies de façon répétitive malgré qu'il ait été avisé de les respecter.

