



## CHAPITRE 5

### POLITIQUE SUR L'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX ET DU SITE INTERNET MUNICIPAL

#### **5.1 OBJECTIF, CHAMPS D'APPLICATION ET PORTEE DE LA POLITIQUE**

Afin d'assurer l'efficacité, l'homogénéité et la convergence des communications numériques et traditionnelles de la Municipalité, la présente politique d'utilisation des médias sociaux et du site Internet municipal a été mise en place. Celle-ci sert à encadrer et à baliser les pratiques d'utilisation des différents médias sociaux et du site Internet de la Municipalité.

Cette politique s'adresse à l'ensemble du personnel, aux pompiers, aux bénévoles autorisés de la Municipalité et, dans une certaine mesure, aux membres du Conseil municipal. Elle est en place afin de favoriser les échanges avec les citoyens et autres clientèles de l'organisation, tout en étant conforme aux règles et aux lois existantes. Elle s'applique autant dans l'exercice des fonctions des personnes susmentionnées que dans leur vie privée pour certains articles énoncés plus bas.

#### **5.2 VEILLE SUR LE RESPECT DE CETTE POLITIQUE**

La Direction générale est imputable de la gestion et de l'application du présent chapitre des Politiques de gestion des ressources humaines.

#### **5.3 DEFINITION DES MEDIAS SOCIAUX**

Selon le gouvernement du Canada, le terme « média social » désigne le large éventail de services numériques et mobiles qui permettent aux utilisateurs de participer à des échanges en ligne, de diffuser du contenu qu'ils ont eux-mêmes créé et de se joindre à des communautés virtuelles.

Voici une liste dite non exhaustive des différents médias sociaux (Dewing, 2013; SOPER, 2012, Ville de Rimouski, 2014) :

- **LES BLOGUES** : journaux en ligne, souvent classés par ordre chronologique inverse. Plusieurs blogues sont hébergés gratuitement par WordPress, Tumblr, Blogger, etc.
- **LES WIKIS** : sites Web collectifs où chaque utilisateur peut participer à la création de contenus. Le site Web du genre le plus connu est Wikipédia.



## CHAPITRE 5

### POLITIQUE SUR L'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX ET DU SITE INTERNET MUNICIPAL

- **LES SITES DE RÉSEAUTAGE SOCIAL** : offrent la possibilité aux utilisateurs de se créer un profil et d'échanger des informations avec d'autres utilisateurs. Facebook et LinkedIn sont souvent les plus cités.
- **LES SERVICES DE MICROBLOGAGE** : permettent aux utilisateurs d'envoyer de courts messages et de partager les messages des autres. Twitter est le plus connu.
- **LES SITES DE PARTAGE DE MÉDIAS** : permettent aux utilisateurs de partager du contenu médiatique comme des vidéos ou des photos. YouTube est le plus populaire, mais Pinterest, Instagram, Vine et SnapChat sont aussi très utilisés.

#### **5.4 PARTENARIAT AVEC LE SITE INTERNET DE LA MUNICIPALITE ET LE JOURNAL MUNICIPAL ÉPIPHANOIS**

L'utilisation des médias sociaux se veut un complément des méthodes d'information dites traditionnelles utilisées par la Municipalité de Saint-Épiphane. Les médias sociaux doivent être utilisés en partenariat avec le site Internet de la Municipalité et le journal municipal l'Épiphanois. Les médias sociaux, le site Internet de la Municipalité ou le journal municipal ne peuvent constituer séparément l'unique source d'information aux citoyens. Le site Internet de la Municipalité et le journal municipal demeurent les principales références des citoyens et autres clientèles de la Municipalité.

Les médias sociaux complètent la mission du site Internet, en mettant en lumière de l'information sélectionnée et en rejoignant directement les citoyens et autres clientèles municipales dans leur quotidien.

Le but du partenariat entre l'ensemble des médias municipaux susmentionnés étant la convergence des messages de la Municipalité. On entend par convergence différentes actions permettant d'aboutir au même résultat et de tendre vers un but commun. La logique derrière ce choix stratégique est de non seulement faire connaître l'ensemble de nos médias aux différentes clientèles l'utilisant, mais également de s'assurer que les messages envoyés aient touché un plus grand nombre de destinataires.



## CHAPITRE 5

### POLITIQUE SUR L'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX ET DU SITE INTERNET MUNICIPAL

#### 5.5 MÉDIAS SOCIAUX UTILISÉS ET MOTS-CLÉ ASSOCIÉS À LA MUNICIPALITÉ

Le principal média social utilisé par la Municipalité est Facebook et la page peut être retrouvée en tapant dans la barre de recherche du média social « Municipalité de Saint-Épiphane ». L'hyperlien de ce média est : <https://www.facebook.com/MunicipalitedeSaintEpiphane/>.

Les mots-clés utilisés par la Municipalité dans les médias sociaux le permettant, dans les signatures électroniques des employés municipaux et dans tous autres contextes le permettant est :

- a) #saintépiphan
- b) #sunirpourprosperer
- c) #basdufleuve
- d) #bassaintlaurent

Ces derniers doivent être utilisés pour identifier des publications téléversées sur les médias sociaux. Ils doivent toujours être insérés à la fin des publications sous la signature de l'auteur qui est généralement « Les autorités municipales ». Ils peuvent être accompagnés d'autres mots-clés pertinents à la publication, mais les principaux doivent toujours être insérés en premier de la liste.

L'utilisation de mots-clés étant principalement pour la classification de publications, mais ils peuvent viser également à raconter une trame narrative, de là l'importance de les utiliser en choisissant avec soin les autres en compléments aux principaux.

#### 5.6 OBJECTIFS DE L'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX

Les médias sociaux, tout comme le site Internet et le journal municipal l'Épiphanois, visent à :

- a) Informer les citoyens épiphanois et les différentes clientèles de la Municipalité
- b) Créer, développer et dynamiser l'image de marque de la Municipalité



## CHAPITRE 5

### POLITIQUE SUR L'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX ET DU SITE INTERNET MUNICIPAL

- c) Valoriser l'action citoyenne et bénévole de la communauté ainsi que différents projets et activités
- d) Permettre aux citoyens et aux autres clientèles municipales de disposer d'un médium permettant de rejoindre la communauté épiphanoise (pourvu que le message concorde avec les règles établies)
- e) Répondre aux questions et commentaires de la population et autres clientèles
- f) Favoriser la participation citoyenne
- g) Faire des placements publicitaires à peu de frais comparativement à la publicité dite traditionnelle
- h) Mousser le sentiment d'appartenance à la communauté épiphanoise
- i) Augmenter la transparence de l'administration municipale

#### **5.7 PUBLICS CIBLES**

Les médias sociaux, ainsi que les autres médiums traditionnels (site Internet municipal et le journal l'Épiphanois), sont utilisés pour rejoindre différentes clientèles de l'organisation municipale. Parmi ceux-ci, notons :

- a) Les citoyens (physiques et moraux) de la Municipalité
- b) Le Conseil municipal
- c) Les employés municipaux
- d) Les partenaires privés, publics, communautaires et associatifs de l'organisation
- e) Les médias
- f) Les futurs citoyens de la Municipalité
- g) Les visiteurs et les gens de passage
- h) Les différents collaborateurs de l'organisation
- i) Toute autre personne démontrant un intérêt pour la Municipalité



## CHAPITRE 5

### POLITIQUE SUR L'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX ET DU SITE INTERNET MUNICIPAL

#### **5.8 CONTENU DES MEDIAS SOCIAUX**

Le contenu publié dans les médias sociaux doit viser la convergence aux différents messages publiés dans les médiums traditionnels de la Municipalité (site Internet municipal, journal l'Épiphanois, avis publics, communiqués de presse, etc.).

Le contenu de l'ensemble des médias municipaux n'est pas laissé au hasard et il est planifié, réfléchi et programmé pour assurer l'efficacité et l'efficience des actions et des messages municipaux.

Dans une optique à plus long terme, le contenu publié sur l'ensemble des médias doit viser une augmentation de l'attractivité municipale et de l'influence municipale sur la région et dans le domaine municipal.

Les membres du personnel se chargeant du contenu des médias sociaux et des médias traditionnels doivent faire approuver le contenu à publier par la Direction générale qui agit comme éditeur du contenu.

Dans un souci d'efficacité et du maintien d'une bonne production, le contenu à publier dans les médias sociaux et traditionnels est inséré si possible dans un calendrier de publication. Ce dernier est mis en place pour faire en sorte que les employés ne passent pas que leur temps à effectuer des veilles sur du contenu à publier et aussi pour faire en sorte que l'organisation municipale soit le plus souvent possible sur les différents fils d'actualités et dans les conversations de nos clientèles.

##### **5.8.1 Événements ou activités diverses**

Le choix des activités ou des événements partagés par la Municipalité de Saint-Épiphanie dans l'ensemble de ses médiums est à la discrétion de celle-ci et de l'éditeur du contenu (webmestre) de l'organisation. Les médiums municipaux sont à la disposition de tous les groupes communautaires locaux et régionaux, les entreprises locales et les gouvernements.



## CHAPITRE 5

### POLITIQUE SUR L'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX ET DU SITE INTERNET MUNICIPAL

Les contenus externes partagés dans les médiums municipaux doivent être approuvés par l'éditeur du contenu (webmestre) de la Municipalité.

Les événements locaux et régionaux qui se ne déroulent pas nécessairement à Saint-Épiphane peuvent être également être partagés sur les médias sociaux et traditionnels de la Municipalité, bien que rien n'oblige une telle pratique à l'interne dans l'organisation municipale. Par contre, de tels événements doivent avoir un impact sur la communauté épiphanoise pour être publiés.

#### 5.8.2 Communiqués de presse, avis publics et annonces municipales

Les communiqués de presse, les avis publics et les annonces municipales émanant de la Municipalité doivent être publiés dans les médias sociaux et traditionnels de l'organisation. Il demeure à la discrétion de l'éditeur du contenu (webmestre) d'autoriser ou non de telles publications.

Les communiqués de presse, les avis publics et les annonces municipales, régionales, provinciales ou fédérales peuvent être également être partagés sur les médias sociaux et traditionnels de la Municipalité, bien que rien n'oblige une telle pratique à l'interne dans l'organisation municipale. Par contre, de telles publications doivent avoir un impact sur la communauté épiphanoise pour être publiées.

Pour recevoir l'ensemble des communiqués de presse et autres annonces de l'organisation municipale de Saint-Épiphane, il est recommandé de visiter régulièrement le site Internet ou la page Facebook de la Municipalité. Une infolettre est en réflexion pour être opérationnalisée en 2020.

#### 5.8.3 Appels d'offres, règlements et offres d'emploi

Les appels d'offres, les règlements et les offres d'emploi de la Municipalité doivent être publiés sur les médias sociaux et traditionnels de la Municipalité. Le choix des médiums utilisés reste à la discrétion de l'éditeur du contenu (webmestre).



## CHAPITRE 5

### POLITIQUE SUR L'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX ET DU SITE INTERNET MUNICIPAL

#### 5.8.4 Publicité

Une publicité émanant de l'organisation municipale ou d'un partenaire est autorisée à être publiée sur les médias sociaux ou traditionnels tant que son auteur ait reçu l'autorisation préalable de l'éditeur du contenu (webmestre) et que l'annonce ait un impact sur la clientèle citoyenne épiphanoise.

#### 5.8.5 Plaintes et questions

Les plaintes des citoyens ne seront pas traitées publiquement ni en message privé à partir des médias sociaux de la Municipalité. La clientèle désirant porter plainte devra le faire à partir des canaux officiels mis en place. Les administrateurs des médias sociaux s'assureront de faire un suivi auprès du client désirant se plaindre, de lui expliquer le processus pour ce faire et de lui transmettre les coordonnées des personnes à rejoindre pour la réception des plaintes.

Pour ce qui est des questions, ces dernières seront répondues par les administrateurs des médias dans les meilleurs délais possible. Voir la section sur la gestion des médias sociaux et celle portant sur la gestion des questions et des commentaires pour plus de détails à ce sujet.

#### 5.8.6 Demandes de médias

Aucune demande provenant d'un média ne sera traitée sur les médias sociaux, qu'il s'agisse de messages privés ou publics ni même des autres organisations la suivant afin de s'informer.

De telles demandes doivent être absolument traitées avec un écrit pour laisser des traces dans l'organisation. Bien que beaucoup de détails puissent être réglés par téléphone ou en personne, la demande doit être absolument par écrit pour être traitée.



## CHAPITRE 5

### POLITIQUE SUR L'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX ET DU SITE INTERNET MUNICIPAL

L'ensemble des demandes doivent être transférées à la Direction générale qui les autorisera ou non. Cette mesure est aussi applicable pour des demandes provenant à l'organisation municipale et qui touche des élus, bien que l'autorisation par la Direction générale ne soit pas obligatoire. Dans ce cas bien précis, le rôle de la Direction générale relèvera davantage d'agent de liaison entre les élus concernés et l'émetteur de la demande média.

#### 5.8.7 Abonnements et abonnés

En aucun cas, il ne doit être interprété que la Municipalité de Saint-Épiphane soutient ou endosse les propos partagés par les personnes abonnées à ses médias sociaux, ni même par les médias sociaux des organisations qu'elle suit afin de s'informer.

La Municipalité de Saint-Épiphane et ses administrateurs doivent s'assurer de suivre du contenu pertinent pour l'organisation municipale, sa vocation d'organisation publique ou ses clientèles. Il est également possible de suivre des organismes financés et reconnus par la Municipalité, tout comme des citoyens, si bien évidemment le contenu qu'ils diffusent est pertinent selon les paramètres susmentionnés. Le choix des abonnements doit absolument faire l'objet d'un suivi pour approbation auprès de l'éditeur du contenu (webmestre).

La Municipalité se doit d'être équitable dans ses abonnements, en s'abstenant de créer des clivages ou du favoritisme envers qui que ce soit.

#### 5.8.8 Netiquette

Une netiquette est nécessaire au bon fonctionnement des médias sociaux et de la dynamique souhaitée par l'organisation municipale sur ces derniers. Celle-ci se retrouve sur la page Facebook de la Municipalité, sur le site Internet de la Municipalité, en annexe de la Politique des ressources humaines de la Municipalité et au bureau municipal pour la consultation par les employés et les citoyens qui en feront la demande.

L'affichage à ces différents endroits sera suffisant pour l'organisation municipale et celle-ci supposera que tous les utilisateurs en auront pris connaissance et qu'ils l'acceptent.



## CHAPITRE 5

### POLITIQUE SUR L'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX ET DU SITE INTERNET MUNICIPAL

#### **5.9 SITUATIONS D'URGENCE**

En cas de situation d'urgence, les médias sociaux de la Municipalité et le site Internet municipal seront appelés à être utilisés également pour diffuser de l'information pertinente. Une utilisation plus grande que d'habitude est également possible dans ces situations. De ce fait, les interactions avec les abonnés peuvent être retardées afin de prioriser la diffusion d'informations urgentes.

Les médias sociaux et le site Internet municipal n'est pas un service dit d'urgence. Ils sont utilisés comme un moyen de transmission pour rejoindre les citoyens afin de les informer et partager la situation d'urgence.

#### **5.10 GESTION DES MEDIAS SOCIAUX**

La gestion des médias sociaux demande du temps et du personnel qualifié pour y interagir et parler au nom de l'organisation municipale. Si dans d'autres organisations, des emplois y sont entièrement dédiés, ce n'est pas le cas pour la Municipalité de Saint-Épiphane. La gestion de ces médias doit être limitée à un certain nombre de personnes non seulement pour faciliter le travail, mais également pour s'assurer de l'uniformité du message véhiculé.

##### **5.10.1 Personnel autorisé à œuvrer sur les médias sociaux de la Municipalité**

Se référer aux points 4.8.3 et 4.8.4 de cette politique pour une définition des différents rôles de gestion et de production sur les médias sociaux et sur le site Internet municipal.

Le point 4.8.3 précise qui, à moins d'un changement interne, est l'éditeur du contenu (webmestre) et l'équipe responsable de l'épauler dans cette tâche et qui sont les agents au contenu et aux relations clientes des médias sociaux et des solutions numériques sont l'adjointe responsable de la réception du bureau municipal et le technicien aux Loisirs.



## CHAPITRE 5

### POLITIQUE SUR L'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX ET DU SITE INTERNET MUNICIPAL

#### 5.10.2 Création de nouveaux comptes municipaux dans les médias sociaux

Afin de toujours suivre l'évolution des nouvelles technologies et des outils communicationnels, la Municipalité devra s'assurer de rester à l'écoute des besoins des citoyens et adaptera sa présence numérique en conséquence.

L'ajout de nouveaux médias au portfolio médiatique de la Municipalité devra obligatoirement avoir l'aval du webmestre municipal (Direction générale). La mise en place de nouveaux médias devra être analysée et planifiée, et ce, afin de bien cerner ses différents tenants et aboutissants.

#### 5.10.3 Rôle de l'éditeur du contenu (webmestre)

L'éditeur du contenu numérique (webmestre) est le titulaire de la charge de la Direction générale. Son rôle premier avec les médias sociaux en est un de direction et de coordination des employés qui sont appelés à endosser le rôle d'agents au contenu et aux relations clientes. Il est responsable des ressources responsables du développement et de l'entretien des médias numériques au sein de l'organisation municipale. Il agit comme le chef du contenu, du design numérique et comme développeur de produits. Il est la ressource qui s'assure de l'uniformité de la présence numérique, de la convergence des messages véhiculés et de la pertinence des informations qui y sont partagées.

Il est le détenteur de tous les mots de passe et noms d'utilisateurs requis pour les médias sociaux municipaux et du site Internet. Il est celui qui autorise et révoque les droits des agents au contenu et aux relations clientes sur les médias sociaux et des solutions numériques.

#### 5.10.4 Rôle des agents au contenu et aux relations clientes sur les médias sociaux et des solutions numériques

Les agents au contenu et aux relations clientes des médias sociaux et des solutions numériques de l'organisation municipale sont les employés qui, dans le cadre de l'exercice de leurs fonctions, sont appelés à travailler avec les médias sociaux et le site Internet municipal. Ils agissent sous la direction de l'éditeur du contenu (webmestre).



## CHAPITRE 5

### POLITIQUE SUR L'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX ET DU SITE INTERNET MUNICIPAL

À la Municipalité de Saint-Épiphane, ces employés jouent un rôle essentiel dans la veille de la présence municipale sur les médias sociaux et dans l'entretien de ces derniers et du site Internet municipal. Ils sont, avec l'éditeur du contenu (webmestre), les principales ressources pour interagir avec les clientèles sur les médias sociaux. Leurs tâches dédiées à ce secteur sont :

- a) de créer et gérer un calendrier éditorial sous la supervision de l'éditeur du contenu (webmestre);
- b) de faire une veille stratégique pour alimenter le calendrier éditorial;
- c) de publier de l'information (programmée ou non);
- d) de gérer les commentaires des clientèles sur les médias sociaux;
- e) de répondre aux questions des clientèles et les référer aux bonnes ressources en cas de besoin; et
- f) d'être responsable des aspects visuels des médias sociaux et du site Internet municipal.

Les agents au contenu et aux relations clientes sur les médias sociaux et des solutions numériques et l'éditeur du contenu (webmestre) doivent avoir en leur possession tous les droits nécessaires et les identifiants afin qu'ils puissent exercer leur travail sur les médias sociaux et sur le site Internet municipal. Ces accès permettent :

- a) de modifier les informations en cas d'erreurs ou de coquilles;
- b) de répondre aux questions des différentes clientèles de l'organisation au besoin;
- c) de modifier le visuel des médias sociaux; et
- d) d'analyser les statistiques d'utilisation.

#### 5.10.5 Période de vacances ou congé prolongé

Lors de période de vacances ou de congé prolongé, les personnes jouant le rôle de l'éditeur du contenu (webmestre) et d'agents au contenu et aux relations clientes sur les médias sociaux et des solutions numériques peuvent se faire remplacer; pourvu que la Direction générale de la Municipalité soit avertie des changements à venir à l'avance.



## CHAPITRE 5

### POLITIQUE SUR L'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX ET DU SITE INTERNET MUNICIPAL

#### **5.11 GESTION DES QUESTIONS ET DES COMMENTAIRES**

La gestion des demandes d'information et des commentaires est un élément essentiel des médias sociaux et d'un site Internet municipal. Dans la même optique, afin de limiter le nombre de questions possibles, l'éditeur du contenu (webmestre) et son équipe veillent à téléverser sur les médias sociaux et le site Internet municipal le plus d'informations possible en lien avec les activités municipales et à les faire connaître.

La Municipalité de Saint-Épiphane encourage la participation citoyenne sur l'ensemble de ses médias sociaux, sur le site Internet municipal et dans ses médias traditionnels, et ce, bien que l'organisation ait mis en place une nêtiquette visant à encadrer les interactions avec les clients abonnés et une culture d'organisation ouverte en termes de données partagées.

Toutes les demandes générales (questions, commentaires, plaintes, demandes d'informations) sont traitées par l'adjointe administrative à la réception et les demandes spécifiques aux Loisirs sont relayées au technicien aux Loisirs qui a la charge d'en faire le suivi. Pour ce qui est des plaintes, ces dernières sont relayées à la Direction générale pour être traitées. Les employés essaient également de réagir aux commentaires proactifs des clientèles avec des commentaires et des interactions (émoticônes) à ces derniers.

##### 5.11.1 Réponse aux commentaires et aux questions

Les réponses aux commentaires et aux questions se font uniquement avec les pages autorisées de la Municipalité et non pas par des échanges de messages via des applications de messagerie (de type Messenger). Les réponses se font également durant les heures officielles d'ouverture du bureau municipal; **à l'exception des situations d'urgence**. De façon optimale, un suivi devra être effectué par le personnel autorisé dans les 24 à 48 heures ouvrables suivant la question ou le commentaire.



## CHAPITRE 5

### POLITIQUE SUR L'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX ET DU SITE INTERNET MUNICIPAL

Dans tous les cas, un ton courtois, poli et professionnel doit être utilisé. La qualité de la langue et de l'orthographe utilisée doit être dans un français de qualité et sans fautes. Tous les commentaires auront une réponse et méritent d'être traités avec considération, et ce, même pour ceux qui sont négatifs.

Il est important de remercier les clientèles qui prennent le temps d'émettre leurs commentaires, de réagir ou de partager les publications de la Municipalité. Au besoin, les commentaires des clientèles pourront être modérés (se référer à la netiquette). Un suivi sera également fait à l'éditeur du contenu (webmestre) de tous les cas problématiques ou soulevant une interrogation ne pouvant pas être répondu au niveau des agents au contenu et aux relations clientes sur les médias sociaux et des solutions numériques.

Ces derniers devront également relayer au besoin les questions et les commentaires aux différents départements de l'organisation municipale en informant aussi l'éditeur du contenu (webmestre).

Les questions et commentaires sont répondus dans l'optique de diriger les clientèles vers le site Internet municipal afin d'inciter ces derniers à l'utiliser et à se retrouver sur ce média.

Une collaboration avec les différents départements de l'organisation municipale est essentielle. Ces derniers devront tenter de répondre rapidement aux agents qui les interpellent sur des questions provenant des clientèles.

#### **5.12 REPRESENTATIONS DE LA MUNICIPALITE DANS LES MEDIAS SOCIAUX**

Les employés municipaux épiphanois ne peuvent **EN AUCUN CAS** répondre au nom de la Municipalité sur ou avec leurs médias sociaux personnels. Seuls les comptes officiels de la Municipalité de Saint-Épiphane peuvent répondre au nom de l'organisation municipale.



## CHAPITRE 5

### POLITIQUE SUR L'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX ET DU SITE INTERNET MUNICIPAL

Les employés municipaux sont également invités à la prudence dans leurs commentaires sur leurs médias sociaux personnels. Il est important de rappeler que la plupart des contenus publiés sur les médias sociaux peuvent être de caractère public, que les informations publiées en ligne sont difficiles à enlever et peuvent être visibles de tous. Les employés municipaux doivent donc faire preuve de jugement et de retenue dans l'énonciation de commentaires personnels en lien avec leurs fonctions ou leurs employeurs. Voir la prochaine section de cette politique pour plus de détails à ce sujet.

#### 5.12.1 Le Conseil municipal

Les membres du Conseil municipal ne sont pas assujettis aux mêmes contraintes et règles que les employés municipaux. Les médias sociaux de la Municipalité et son site Internet sont utilisés dans un but de véhiculer des informations relatives à l'administration publique municipale, ce qui n'inclut pas le volet politique.

Aucun message politique ne pourra être relayé sur les médias sociaux de la Municipalité ou son site Internet à moins que ce message ne soit une position municipale adoptée en séance du Conseil municipal. Aucun message politique en période électorale ne sera également publié sur ces mêmes médiums.

Lorsqu'ils expriment leurs opinions politiques, les membres du Conseil municipal devront le faire sur leurs comptes personnels. Ils devront également faire preuve de parcimonie s'ils émettent des commentaires sur les médias sociaux appartenant, utilisés et gérés par la Municipalité. Par ailleurs, le même conseil pourrait également s'appliquer pour n'importe quel média social utilisé par ces derniers. Les citoyens et autres clientèles pourraient avoir de la difficulté afin de discerner ce qui relève de leur vie privée de leur vie publique.

#### 5.12.2 Utilisation de l'image de marque de la Municipalité

Le logo officiel de la Municipalité doit apparaître sur les différents comptes municipaux sur les médias sociaux. Les membres du Conseil municipal devront toutefois s'abstenir d'utiliser le logo dans des publications personnelles.



## CHAPITRE 5

### POLITIQUE SUR L'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX ET DU SITE INTERNET MUNICIPAL

Ce dernier étant associé au volet de l'administration publique municipale. Se référer à la politique d'utilisation du logo de la Municipalité présent dans ce recueil des politiques internes de la Municipalité de Saint-Épiphane.

#### **5.13 COMPORTEMENTS ATTENDUS EN TOUT TEMPS**

Les employés doivent comprendre que les lois et la déontologie s'appliquent avec la même rigueur dans la sphère des médias sociaux. Tout ce qui est publié dans un espace virtuel est public et pourrait faire l'objet d'une poursuite judiciaire.

##### **5.13.1 Être loyal envers l'organisation municipale**

Chaque membre du personnel ou bénévole œuvrant pour la Municipalité ont une obligation de loyauté envers l'organisation qui les emploie et ceux qui la représentent dans la hiérarchie. Cette obligation interdit entre autres de publier une information ou un commentaire pouvant porter atteinte à l'image ou à la réputation de la Municipalité.

##### **5.13.2 Adopter une attitude respectueuse**

Les règles de conduite prescrites et recommandées sont énoncées dans le code d'éthique et de déontologie des employés municipaux. Lorsque l'employé navigue sur les réseaux sociaux, il doit se comporter d'une façon professionnelle, conforme aux responsabilités liées à sa fonction dans l'organisation municipale.

À titre d'exemple, l'employé en contact avec les différentes clientèles de la Municipalité doit être prudent et faire preuve de discernement lorsqu'il accepte de donner accès à des informations le concernant (l'ajouter comme ami « contact » sur les réseaux sociaux) à ces derniers.

##### **5.13.3 Respect de la vie privée et de la réputation**

Les employés ne doivent pas porter atteinte à la vie privée et à la réputation de leurs collègues de travail, de leurs supérieurs hiérarchiques, des élus, des fournisseurs, des partenaires et des citoyens.



## CHAPITRE 5

### POLITIQUE SUR L'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX ET DU SITE INTERNET MUNICIPAL

Une autorisation préalable est nécessaire avant de diffuser des photos ou enregistrements d'une personne. De plus, les critiques ou insultes envers les personnes susmentionnées sur les réseaux sociaux est **STRICTEMENT INTERDITE**.

#### 5.13.4 Respect des informations confidentielles

Tout employé a l'obligation de préserver la confidentialité de l'information obtenue dans le cadre de son travail, telle que des informations sur les employés, les bénévoles, leurs supérieurs hiérarchiques, les élus, les fournisseurs, les partenaires et les citoyens. Aucune donnée confidentielle ou stratégique de l'organisation municipale ne peut être publiée sur les réseaux sociaux.

#### 5.13.5 S'identifier distinctement de l'organisation municipale lorsque des opinions personnelles sont émises

Les informations qu'un employé publie sur des réseaux sociaux peuvent être faussement associées à la position de la Municipalité. L'employé doit donc s'identifier personnellement comme étant le seul auteur et responsable des propos qu'il tient par exemple sur un blogue ou sur son profil de réseau social.

Il pourrait même mettre une mise en garde de ce type : « il s'agit de mon opinion personnelle et celle-ci ne représente pas nécessairement le point de vue de mon employeur », et ce, afin d'éviter toute ambiguïté.

Pour cette même raison, l'employé n'est pas autorisé à utiliser son adresse électronique professionnelle pour véhiculer des opinions personnelles ou comme identifiant pour des profils personnels, pour un blogue, pour un vlog ou pour un fil de commentaires.

#### 5.13.6 Contrôle et surveillance

Si l'organisation municipale a un motif raisonnable de douter du respect par un employé des modalités prévues dans la présente politique, il pourra exercer une surveillance et une vérification de l'utilisation des réseaux sociaux de ce dernier.



## CHAPITRE 5

### POLITIQUE SUR L'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX ET DU SITE INTERNET MUNICIPAL

#### **5.14 DROIT D'AUTEUR ET RESPECT DE LA VIE PRIVÉE**

La Municipalité de Saint-Épiphane s'assure de respecter le droit d'auteur et à la vie privée lors de ses publications. Par conséquent, seules les images autorisées sont publiées sur les différents médias sociaux de la Municipalité. Le cas échéant, la source des images ou autres médias utilisés est indiquée directement dans les publications.

#### **5.15 REVISION ET ABROGATION**

La présente politique sera révisée au besoin. La nouvelle version devra être adoptée par voie de résolution du Conseil municipal. La résolution devra inclure une mention pour abroger la politique remplacée.

Elle remplace et abroge l'ensemble des politiques, règlements, façons de faire ou conventions non écrites déjà en place et traitant de son contenu.

#### **5.16 RENSEIGNEMENTS**

Pour tout renseignement sur la présente politique, veuillez communiquer avec la Direction générale.

#### **5.17 ENTRÉE EN VIGUEUR**

La présente politique entrera en vigueur dès son adoption par le Conseil municipal.

#### **5.18 REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES**

- **CÉGEP DE SEPT-ÎLES.** Politique encadrant l'utilisation des médias sociaux, [https://www.cegep-sept-iles.qc.ca/data/45-cegepsi/ressources/documents/sys\\_docs/Politique\\_reseaux\\_sociauxx.pdf](https://www.cegep-sept-iles.qc.ca/data/45-cegepsi/ressources/documents/sys_docs/Politique_reseaux_sociauxx.pdf), page consultée le 14 novembre 2018



## CHAPITRE 5

### POLITIQUE SUR L'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX ET DU SITE INTERNET MUNICIPAL

- **CHAMBRE DE L'ASSURANCE DE DOMMAGES.** 10 conseils pour élaborer une politique d'utilisation des médias sociaux, <http://www.chad.ca/fr/membres/publications/actualites/30-04-2014/20/10-conseils-pour-elaborer-une-politique-dutilisation-des-medias-sociaux>, page consultée le 14 novembre 2018
- **VILLE DE RIMOUSKI,** 2014. Politique d'utilisation des médias sociaux, [https://www.ville.rimouski.qc.ca/webconcepteurcontent63/000022830000/upload/citoyens/administration/pdf/Politique\\_dutilisation\\_des\\_medias\\_sociaux\\_Ville\\_de\\_Rimouski\\_2014.pdf](https://www.ville.rimouski.qc.ca/webconcepteurcontent63/000022830000/upload/citoyens/administration/pdf/Politique_dutilisation_des_medias_sociaux_Ville_de_Rimouski_2014.pdf), page consultée le 12 novembre 2018.