

Colloque de gestion des ressources humaines du Saguenay Lac-St-Jean

L'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX EN ENTREPRISE : AVEZ-VOUS VOTRE POLITIQUE ?

M^e Geneviève Perron
AVOCATE



**GAUTHIER
BÉDARD**
A V O C A T S

avec vous

PLAN DE L'EXPOSÉ

- Introduction
- Raisons d'être de la politique
- Objectifs de la politique
- Champs d'application de la politique
- Contenu de la politique
- Présentation de la politique
- Conclusion



INTRODUCTION

L'utilisation des médias sociaux en entreprise a rapidement pris de l'ampleur. Il s'agit d'une réalité qu'aucun employeur ne peut ignorer et qui peut avoir des répercussions importantes pour une entreprise. Il est impératif pour les employeurs de régir et d'encadrer l'utilisation des médias sociaux. Avez-vous votre politique ?



INTRODUCTION

Constats

- Vous avez plus d'avantages à être présents sur les médias sociaux que de ne pas y être.
- Un employeur peut difficilement contrôler l'accès et l'utilisation des médias sociaux par ses employés, clients et fournisseurs.
- On parle certainement déjà de votre entreprise sur les médias sociaux même si vous ne le souhaitez pas.
- Les problèmes ne sont pas les médias sociaux eux-mêmes mais plutôt l'absence de politique régissant leur utilisation. Vaut mieux prévenir que guérir !



INTRODUCTION

Cadre légal

- La législation en matière de protection de la réputation, du respect de l'honneur et du droit à l'image est toujours applicable à l'univers du Web;
- Une entreprise a droit au respect de son image et de sa réputation;
- En vertu du *Code civil du Québec* l'employeur est responsable des actions de ses préposés lorsqu'ils agissent dans le cadre de leurs fonctions;



YouTube



LinkedIn

INTRODUCTION

La politique

Se doter d'une politique sur l'utilisation des médias sociaux permettant ainsi d'encadrer et d'informer les employés de votre entreprise.

Seule une politique sur l'utilisation des médias sociaux permet de formaliser l'encadrement et de s'assurer que les règles soient claires pour les employés.

RAISONS D'ÊTRE DE LA POLITIQUE

Incidences négatives et défis des médias sociaux en milieu de travail

- La perte et le vol de temps qui engendrent une baisse de productivité
- L'image et la réputation de l'entreprise peuvent rapidement être entachées sur le Web. Le droit à l'image et à la réputation de personnes, physiques ou morales, demeure, même dans l'espace virtuel
- La protection de la vie privée, des renseignements confidentiels et du droit d'auteur
- L'atteinte aux systèmes informatiques de l'entreprise par la propagation de virus informatiques
- Le harcèlement psychologique
- L'image projetée et répercussion à l'embauche



OBJECTIFS DE LA POLITIQUE

Protéger la réputation de l'entreprise

Comportements négatifs pouvant ternir l'image et miner la réputation de l'entreprise, dont notamment :


- Les propos inappropriés, harcelants ou intimidants
- La communication d'informations confidentielles
- La communication d'informations fausses et mensongères
- L'utilisation de l'image de l'entreprise
- L'atteinte à la vie privée



OBJECTIFS DE LA POLITIQUE

Informier et encadrer les employés

- **Régir et encadrer** les comportements des employés relativement à leur utilisation des médias sociaux, en précisant ce qui est permis et ce qui ne l'est pas.
- **Sensibiliser et informer** quant aux risques et opportunités, à l'impact que peuvent avoir certains propos sur leur réputation et celle de l'entreprise étant donné que vous ne pouvez pas tout contrôler, autant sur les lieux du travail qu'à l'extérieur.

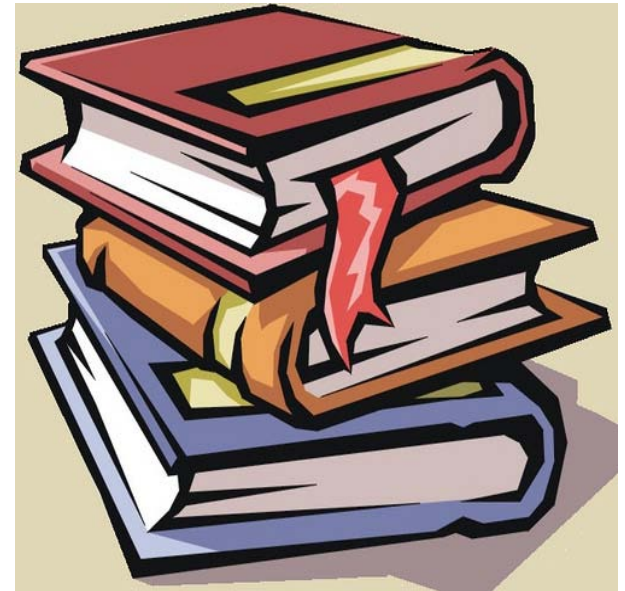


Près de 80 % des entreprises n'auraient pas de politique.

OBJECTIFS DE LA POLITIQUE

Positionnement de l'entreprise

- Identifier les valeurs de l'entreprise qui pourraient influencer les objectifs de la politique.
- S'assurer de la cohérence de la politique avec tous les autres outils de gestion en vigueur au sein de votre entreprise.



CHAMPS D'APPLICATION DE LA POLITIQUE

Qui peut être visé par la politique

Les employés

- Les salariés
- Les cadres

Les bénévoles

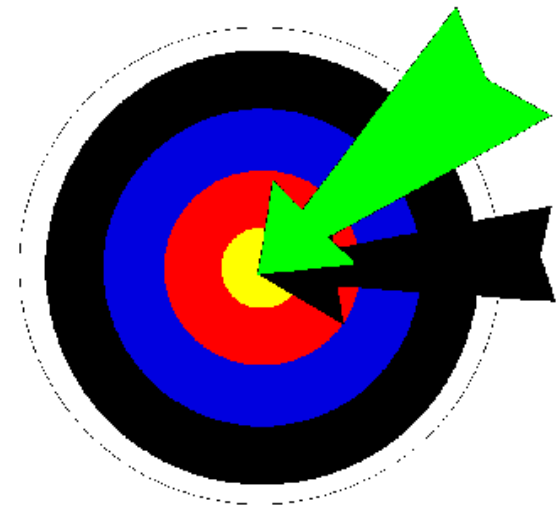
Les administrateurs

Les actionnaires / membres / coopérants

Les partenaires d'affaires

Les fournisseurs

Les clients



CHAMPS D'APPLICATION DE LA POLITIQUE

Qui peut être visé par la politique

- Parmi les employés, qui doit avoir accès aux médias sociaux au travail ?
 - Pertinences du poste occupé
 - Rôles et responsabilités



CONTENU DE LA POLITIQUE

Les principales composantes

Toute politique sur l'utilisation des médias sociaux devrait prévoir couvrir les points suivants :

- Encadrer la communication des employés au nom de l'entreprise ou en leur propre nom ;
- Obtenir l'autorisation de l'employeur avant de pouvoir parler en son nom et de lier l'entreprise;
- Régir l'utilisation du logo (image) de l'entreprise ;
- Définir dans quelle mesure la politique s'applique à l'utilisation des médias sociaux par les employés en dehors des heures de travail;



CONTENU DE LA POLITIQUE

Les principales composantes

- Définir les mesures et limites applicables quant à l'utilisation des médias sociaux à des fins personnelles sur les heures de travail ;
- Définir les mesures et limites applicables quant à l'utilisation des médias sociaux à des fins professionnelles ;
- Circonscrire la période et la durée d'utilisation des médias sociaux durant les heures de travail;
- Identifier les sites visés et contrôlés par la politique, par type de contenu plutôt que nominal ;
- Encadrer l'utilisation des équipements de l'entreprise ;



CONTENU DE LA POLITIQUE

Les principales composantes

- Prévoir les autres modes d'accès aux médias sociaux ;
- Interdire toutes communications fausses et mensongères ainsi que la diffamation à l'égard de l'entreprise ;
- Interdire la communication d'informations confidentielles ;
- Avertir que toute contravention sera sévèrement sanctionnée.



PRÉSENTATION DE LA POLITIQUE

- L'employeur doit porter la politique à la connaissance de l'ensemble de ses employés et à tout nouvel employé;
- L'employeur devrait obtenir la confirmation écrite de l'employé quant à la réception, la compréhension et l'engagement à respecter la politique;
- L'employeur devrait également prévoir la possibilité de donner une formation afin de s'assurer que la politique est bien comprise.



CONCLUSION

Les médias sociaux sont là pour rester !

Une entreprise ne devrait pas se priver de profiter des avantages qu'ils présentent.

Les problèmes ne sont pas les médias sociaux eux-mêmes mais plutôt l'absence de politique régissant leur utilisation.

ME GENEVIÈVE PERRON, AVOCATE
Gauthier Bédard, S.E.N.C.R.L. Cabinet d'avocats
364, rue Racine Est, C.P. 218
Arrondissement de Chicoutimi
Saguenay (Québec) G7H 5B7
Téléphone : 418 690-3545
Télécopieur : 418 690-1444
gperron@gauthierbedard.qc.ca