

UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX PAR LE PERSONNEL DE L'ONF

.....
CODE DE CONDUITE
.....



CONTEXTE

La révolution numérique à laquelle s'est rallié l'ONF a créé de nouvelles possibilités dans le développement de contenus créatifs et de modes de distribution. Notre réputation d'excellence dans ce domaine a été reconnue au Canada et à l'échelle internationale.

L'utilisation des médias sociaux a été cruciale pour élargir l'accès des auditoires canadiens et étrangers aux œuvres de l'ONF et à celles de ses partenaires. Les médias sociaux ont également contribué à consolider le rôle de l'institution, à savoir favoriser le débat public et social et l'engagement citoyen.

À titre d'institution fédérale, nous sommes assujettis à certaines règles du Secrétariat du Conseil du Trésor. Celui-ci reconnaît que les médias sociaux sont l'équivalent moderne des assemblées locales, et il encourage les institutions publiques comme l'ONF à les utiliser, et en faire des moyens efficaces et efficaces d'interagir avec le public. Le Conseil publiait en novembre 2011 une directive sur les médias sociaux dans le but d'aider les institutions gouvernementales canadiennes à concevoir leurs propres politiques en la matière.

Dans ce contexte, l'ONF a décidé d'établir un code de conduite pour son personnel en vue de maximiser les avantages de ces outils et services, et d'atténuer les risques liés à leur mauvaise utilisation.

OBJECTIF

Tous les membres du personnel de l'ONF sont invités à se servir des médias sociaux. Cependant, nous nous attendons à ce que les employés comprennent l'importance de se conformer à une ligne de conduite dans leur utilisation de ces outils. Les règles suivantes ont comme objectif d'assurer une utilisation respectueuse et appropriée des médias sociaux, qui ne porte pas atteinte à la réputation de l'ONF, et qui est conforme à l'esprit et la lettre des normes en vigueur. La convivialité des médias sociaux et l'apparente intimité qu'ils procurent ne devraient pas vous faire oublier qu'ils sont des lieux d'échanges publics.

APPLICATION DU CODE

Ce code de conduite s'applique aux employés et aux contractuels de l'ONF qui créent des blogues, des wikis, des espaces virtuels, ou qui se servent des réseaux sociaux ou de toute autre plateforme sociale, ou y contribuent, au nom de l'ONF. Que vous publiiez du contenu dans Twitter, Yelp, Wikipedia, MySpace ou Facebook, ou que vous fassiez des commentaires à propos d'articles publiés sur Internet, vous êtes concernés par ce code de conduite.

Il s'applique également à ceux et celles dont l'usage professionnel des médias sociaux est destiné à des fins de réseautage : c'est-à-dire à des communications non officielles liées à l'emploi, y compris la participation aux activités d'une association professionnelle, du partage de connaissances et du perfectionnement professionnel.

Si vous ne vous servez des réseaux sociaux que pour votre usage personnel, soit à des fins non reliées à votre travail, vous avez tout de même certaines obligations en tant qu'employés et fonctionnaires. C'est pourquoi nous demandons à tous de prendre connaissance du code de conduite suivant.

ÉNONCÉ

1. En tant qu'employés du gouvernement du Canada, il vous incombe de respecter les exigences du Code de valeurs et d'éthique de la fonction publique. Ces exigences s'appliquent en tout temps, particulièrement en ce qui a trait à l'information que nous choisissons de communiquer par le truchement des médias sociaux. En bref, les employés de l'ONF...
 - ont une obligation de loyauté envers le gouvernement du Canada;
 - doivent entretenir la bonne réputation de leur employeur;
 - doivent maintenir son intégrité et son impartialité;
 - doivent perpétuer la tradition de neutralité politique de la fonction publique.
2. Vous êtes un utilisateur ou une utilisatrice enthousiaste des médias sociaux internes de l'ONF? Bravo! N'oubliez pas que ces outils sont d'abord et avant tout des outils de travail. Ils sont mis à votre disposition pour renforcer nos liens entre collègues et nous rendre plus efficaces dans l'exécution de nos tâches.

3. Faites toujours attention avant de publier une opinion ou faire part de vos humeurs. Tout ce que vous publiez peut être copié, reproduit et diffusé sur les médias sociaux internes, voire externes, même après le retrait de votre texte. Rappelez-vous qu'en tant qu'employé ou contractuel de l'ONF, vous avez un devoir de réserve et que vous êtes imputable de vos actes et de vos propos, dans le virtuel comme dans le réel.
4. Lorsque vous exprimez une opinion personnelle liée à un sujet de film de l'ONF, précisez qu'elle n'est pas nécessairement celle de votre équipe ou de l'ONF. N'utilisez jamais les symboles ou les signatures de l'ONF ou du gouvernement du Canada en utilisant les réseaux sociaux à des fins personnelles ou de réseautage professionnel. Ceux-ci sont réservés aux communications officielles uniquement.
5. Si vous publiez du contenu sur l'ONF ou sur ses œuvres dans un contexte privé, donnez d'entrée de jeu votre nom véritable, mentionnez que vous travaillez pour l'ONF et indiquez clairement votre rôle au sein de l'institution. Les internautes apprécieront votre transparence.
6. Évitez toute représentation fausse ou trompeuse (de vous-même ou de l'ONF).
7. Faites preuve de pertinence et de respect dans les contenus que vous publiez; autrement dit, abstenez-vous de diffuser des pourriels et des propos inappropriés ou offensants.
8. Faites preuve de jugement et de courtoisie : assurez-vous que vos efforts de transparence ne contreviennent pas aux lignes directrices et dispositions juridiques de l'ONF en matière de protection des renseignements personnels et de confidentialité.
9. En cas de désaccord, exprimez-vous avec respect et politesse.
10. Ne prenez part à aucun débat dans les réseaux sociaux de l'ONF portant sur un sujet controversé. Rappelez-vous que même un commentaire publié sous le couvert de l'anonymat peut être retracé jusqu'à votre adresse IP ou celle de l'ONF. Faites part à la directrice des Communications institutionnelles ou à la directrice des Affaires juridiques de toute activité concernant des sujets controversés dans les médias sociaux.
11. Protégez-vous. Ne divulguez pas d'information personnelle ni de renseignements confidentiels sur l'ONF. Tout ce que vous publiez devient accessible pendant longtemps. Vérifiez le contenu attentivement. Google a la mémoire longue!
12. Respectez les droits d'auteur. Si vous publiez sur les médias sociaux de l'ONF des contenus qui n'appartiennent pas à l'ONF, assurez-vous d'avoir obtenu au préalable les approbations nécessaires de la part des auteurs, de même que de la part de la Direction des communications de l'ONF. Dans le cas de contenus qui appartiennent à l'ONF et qui nécessitent une déclaration de certaines dispositions juridiques, faites en sorte qu'elles soient bien visibles.
13. L'ONF ne tolérera pas sur ses médias sociaux les propos vulgaires, obscènes ou inappropriés, pas plus que les messages haineux, diffamatoires, racistes ou sexistes.
14. Les messages – incluant les liens – faisant la promotion de produits ou services qui ne sont pas en lien avec les productions de l'ONF seront retirés de ses médias sociaux.
15. Les messages faisant la promotion d'une opinion politique dans les réseaux sociaux de l'ONF seront également retirés. Si vous avez des questions au sujet de l'expression politique dans vos médias sociaux à usage personnel, vous devez parler à votre gestionnaire ou communiquer avec le représentant désigné à l'ONF en matière d'activités politiques. Selon la Loi sur l'emploi dans la fonction publique, vous ne devez exercer aucune activité susceptible de menacer le principe d'objectivité et d'impartialité de la fonction publique.
16. L'ONF n'entend pas faire de ses médias sociaux internes et externes un lieu de débats ou de négociations sur ses relations de travail.
17. Ce qui est confidentiel doit demeurer confidentiel. L'idée de faire connaître une information vous tenaille, alors qu'elle n'est pas encore officielle? Vous avez eu vent d'un potin qui fera sûrement sourire vos collègues? Réfléchissez avant de publier. L'information que vous vous apprêtez à diffuser est peut-être confidentielle. Dans le doute, abstenez-vous ou encore vérifiez avec la Direction des communications de l'ONF.

RESSOURCES

Si vous désirez vous familiariser davantage avec la Ligne directrice sur l'usage externe du Web 2.0 du Conseil du Trésor, vous pouvez la consulter à <http://www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?id=24835§ion=text>.

En tant qu'institution fédérale, l'ONF est également assujéti à plusieurs politiques concernant les communications, lesquelles s'appliquent également à l'univers des nouveaux médias. Nous vous invitons à consulter vos collègues experts en cas d'hésitation, selon le sujet de votre question :

Code de valeurs et d'éthique de la fonction publique - **Claude Joli-Cœur**

Loi sur l'emploi dans la fonction publique - **François Tremblay**

Protection des renseignements personnels et de confidentialité - **Peter Kallianiotis**

Communications officielles de l'ONF - **Lily Robert**

Langues officielles - **Elena Villegas** ou **Amélie Saint-Germain**