



L'école des leaders de l'immobilier

RÈGLES ET PROCÉDURES D'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX DU COLLÈGE DE L'IMMOBILIER DU QUÉBEC

Mise en contexte

Les médias sociaux permettent aux gens de se réunir en ligne en fonction de leurs intérêts et de créer, partager ou prendre connaissance de contenu. Le Collège de l'immobilier du Québec considère les médias sociaux comme un outil important favorisant son engagement corporatif et d'affaires.

Tel que précisé dans son plan de communication, les médias sociaux constituent, pour le Collège, un moyen privilégié de faire connaître et de partager de l'information et des points de vue – pourvu que cela se fasse dans le respect des règles et procédures énoncées dans le présent document – et de promouvoir ses services et activités.

Avec la croissance rapide des différents médias sociaux, le Collège de l'immobilier du Québec reconnaît la nécessité de se doter d'un guide de conduite pour l'utilisation des médias sociaux.

Comme la démarcation entre le privé et le public est de plus en plus floue, les présentes règles et procédures s'adressent à tous les **employés et contractuels** (enseignants et formateurs) du Collège qui utilisent les médias sociaux, soit dans le cadre de leur travail, soit sur des bases personnelles.

Elles visent à déterminer des balises définissant les attentes du Collège de l'immobilier quant à l'utilisation des médias sociaux, que ce soit concernant le Collège, ses produits et services, son personnel, ses compétiteurs ou tout autre organisation ou personne reliée de près ou de loin aux affaires.

Considérant le développement rapide des médias sociaux, et l'importance de ceux-ci dans le plan de communication du Collège, ces règles et procédures seront révisées régulièrement afin de s'assurer qu'elles demeurent pertinentes et adaptées.

Personnes visées

Les présentes règles et procédures s'adressent à tous les employés et contractuels (enseignants et formateurs) du Collège de l'immobilier, qui créent ou contribuent à des blogues, wikis, réseaux sociaux, mondes virtuels ou toute autre forme de médias sociaux, ou qui commentent en ligne sur des nouvelles ou sites d'opinion.

Pour toute information ou clarification concernant ces règles et procédures, communiquez avec Linda Grondin, directrice des communications du Collège de l'immobilier.

Définitions des médias sociaux

Les médias sociaux incluent, mais sans être exhaustifs :

- Sites sociaux de réseautage, par exemple Facebook, MySpace, Friendster, LinkedIn
- Sites de partage de vidéos ou de photos, par exemple Flickr, You Tube
- Sites de micro-blogging, par exemple Twitter
- Les blogues, personnels ou corporatifs, ou les blogues hébergés par des médias traditionnels
- Les forums de discussion, tels que Yahoo! Groups, Google Groups, Wave
- Les encyclopédies en ligne, telles que Wikipedia
- Tout autre site Web qui permet à des utilisateurs ou à des compagnies d'utiliser des outils de publication en ligne

Cadre d'utilisation

Ces règles et procédures visent à s'assurer que tout employé ou contractuel du Collège participe aux médias sociaux sur le Web d'une façon pertinente et respectueuse, en protégeant sa réputation et celle du Collège, dans le respect des lois provinciales et fédérales, des règlements et des chartes en vigueur, notamment la **Loi sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé** et toute loi ou tout règlement portant sur les **droits d'auteur**.

Au Collège, il est permis d'utiliser les médias sociaux à des fins professionnelles. Le Collège fait une veille des médias sociaux, mais invite tout employé ou contractuel qui prend connaissance d'une information reliée au Collège, à son personnel, à ses partenaires ou à ses compétiteurs, d'en aviser immédiatement la directrice des communications.

Conformément aux règles et pratiques de communication ayant cours au Collège, toute demande d'information ou d'entrevue doit toujours être transmise à la directrice des communications du Collège.

Règles de conduite dans les médias sociaux

Internet n'est pas anonyme. Et il n'oublie jamais

Les employés et contractuels du Collège sont personnellement responsables pour le contenu qu'ils publient sur les sites de médias sociaux ou sur toute autre plateforme de contenu. Tout ce qui est écrit sur le Web peut être retracé et mener à ses auteurs. Donc, l'information publiée en ligne va demeurer en ligne pour LONGTEMPS. Google a la mémoire longue!

Sur le Web, la démarcation entre vie professionnelle et vie personnelle est floue.

Honnêteté et respect sont payants!

Identifiez-vous si vous écrivez sur le Collège ou sur tout sujet relié au Collège. Avec les outils en ligne, il est facile de relier une personne à ses écrits sur la Toile; donc ce qui est écrit à titre personnel se confond rapidement avec votre vie professionnelle. 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.

Attention au contenu litigieux

Ne publiez pas de billets ou de liens reliés à du contenu qui peut être qualifié de diffamatoire, d'harcelant ou d'indécent. Respectez les lois, règlements et droits d'auteur en vigueur.

Il faut une permission pour faire référence ou citer des clients, collègues ou autres

Si vous avez l'autorisation, faites un lien vers la source. Lorsque vous citez une autre source, faites toujours **un lien vers l'auteur ou le site original**. Il faut rendre à César ce qui appartient à César!

La confidentialité, c'est sacré

Il ne faut jamais publier publiquement dans les médias sociaux ou ailleurs, ni divulguer, d'information confidentielle reliée au Collège, à ses clients, à ses partenaires ou à son plan d'affaires.

N'alimentez pas la polémique

Si vous trouvez un commentaire négatif en ligne sur vous-même ou sur le Collège, ne répliquez pas avec un autre commentaire négatif. Avisez immédiatement la directrice des communications.

Sur Internet, il faut ajouter de la valeur

Représentez le Collège en ligne en ajoutant du contenu original et des informations pertinentes sur la Toile et dans les réseaux sociaux.

N'offrez pas de conseils qui sont, ou qui ont l'apparence, d'être légaux

Les employés ou contractuels du Collège, à moins qu'ils ne soient spécialistes en droit, ne peuvent ni ne doivent donner tout avis ou conseil qui aurait l'apparence d'être légal. Toujours référer aux sources appropriées et reconnues.

Responsable : Direction des communications

Entrée en vigueur : 2010-01-20.