



# **POLITIQUE D'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX**



**Saint-Basile-  
le-Grand**

<b>Introduction</b> .....	<b>3</b>
<b>1. Champs d’application</b> .....	<b>4</b>
<b>2. Objectifs</b> .....	<b>4</b>
<b>3. Définition des termes</b> .....	<b>4</b>
3.1 Médias sociaux .....	4
3.2 Administratrice ou administrateur .....	5
3.3 Utilisatrice ou utilisateur .....	5
3.4 Interaction .....	5
3.5 Nétiquette .....	5
<b>4. Langue officielle</b> .....	<b>5</b>
<b>5. Représentation de la Ville sur les médias sociaux</b> .....	<b>6</b>
5.1 Utilisation du logo de la Ville .....	6
<b>6. Gestion des médias sociaux</b> .....	<b>6</b>
<b>7. Ligne éditoriale et stratégie de contenu</b> .....	<b>7</b>
7.1 Nétiquette .....	8
7.2 Promotion .....	8
7.3 Réponses aux commentaires .....	8
7.4 Employées et employés municipaux .....	9
7.5 Membres du conseil municipal .....	9
7.6 Plaintes et requêtes .....	10
7.7 Demandes médias .....	10
<b>Annexe 1 – Nétiquette</b> .....	<b>11</b>
<b>Annexe 2 – Sources</b> .....	<b>15</b>

## Introduction

Les technologies de communication sont en constante évolution et jouent un rôle de premier plan dans l'accessibilité à l'information. Le développement continu du Web participatif et l'utilisation des médias sociaux occupent une place importante dans le quotidien des usagers. Les médias sociaux font partie des outils prioritaires pour ces derniers pour obtenir de l'information, se divertir, partager ou créer du contenu et même pour socialiser. Peu importe le moment et l'endroit où ils se trouvent, les utilisatrices et utilisateurs ont un accès direct et instantané à leurs pages d'intérêts et aux informations qui y sont partagées. C'est dans ce contexte que la Ville de Saint-Basile-le-Grand poursuit son virage numérique afin de bonifier ses canaux de communication, et ainsi, rejoindre toutes les personnes intéressées à s'abonner à ses plateformes de médias sociaux.

Selon l'enquête NETendances, intitulée *Actualités en ligne, réseaux sociaux et balados*, menée en 2022 par l'Académie de la transformation numérique de l'Université Laval, 78 % des adultes québécois utilisent un ou plusieurs réseaux sociaux tels que Facebook, X (anciennement Twitter), YouTube, etc. La plateforme la plus utilisée par ces derniers demeure Facebook (85 %), suivie des plateformes YouTube (59 %) et Instagram (42 %). L'étude démontre également que 50 % des Québécois âgés de 24 à 34 ans ont l'habitude de se tourner vers les réseaux sociaux pour se tenir au courant des nouvelles et des actualités et ce nombre s'élève à 67 % chez les 18 à 24 ans.

La popularité des médias sociaux s'explique en partie par la facilité d'accès à l'information, la simplicité de créer et diffuser du contenu, l'instantanéité avec laquelle l'information est relayée et l'interaction possible entre les abonnés ou une organisation partageant un intérêt commun. En contrepartie, les médias sociaux peuvent également contribuer à de la désinformation et à des propos injurieux ou diffamatoires, entre autres. Ainsi, il importe d'établir un cadre de référence adéquat relatif à l'utilisation de ceux-ci.

Afin d'encadrer et de fournir des règles et des principes en vue d'un usage informatif et respectueux, la Ville de Saint-Basile-le-Grand propose cette politique d'utilisation des médias sociaux. Celle-ci vise à assurer une expérience constructive favorisant les échanges entre les différents intervenants. Les utilisatrices et les utilisateurs sont invités à s'abonner aux profils officiels de la Ville et à participer positivement et activement aux publications, et ce, en conformité avec la netiquette.

## 1. Champs d'application

Cette politique s'adresse aux employées et employés de la Ville, aux membres du conseil municipal ainsi qu'aux citoyens actuels, potentiels, corporatifs et institutionnels, aux organismes locaux et publics, aux fournisseurs, aux consultants et collaborateurs, aux médias et à toute personne démontrant un intérêt à s'abonner aux médias sociaux de la Ville de Saint-Basile-le-Grand.

Cette politique se veut évolutive et s'ajustera en fonction des médias sociaux et des nouvelles technologies auxquels la Ville pourrait adhérer.

## 2. Objectifs

Par l'utilisation des médias sociaux, la Ville de Saint-Basile-le-Grand désire :

- Établir une communication bidirectionnelle avec ses abonnés ;
- Transmettre de l'information concernant les activités, événements et services municipaux ainsi que ceux des organismes locaux ;
- Bénéficier de l'instantanéité de la transmission des informations ;
- Assurer la transparence des communications et des décisions municipales ;
- Faciliter la transmission des informations lors de mesures d'urgence ;
- Assurer une meilleure visibilité et accessibilité aux informations municipales ;
- Favoriser la participation des citoyennes et des citoyens à la vie municipale ;
- Démocratiser l'appareil administratif municipal ;
- Assurer le rayonnement de la Ville sur les médias sociaux ;
- Développer un sentiment d'appartenance des citoyens envers la Ville.

## 3. Définition des termes

### 3.1 Médias sociaux

Selon le gouvernement du Québec, « [les médias sociaux sont un] média numérique basé sur les caractéristiques du Web 2.0, qui vise à faciliter la création et le partage de contenu généré par les utilisateurs, la collaboration et l'interaction sociale.

Les médias sociaux utilisent l'intelligence collective dans un esprit de collaboration en ligne. Ils permettent aux internautes de créer ensemble du contenu, de l'organiser, de le modifier et de le commenter.

Parmi les applications associées aux médias sociaux, mentionnons les réseaux sociaux, les plateformes de partage de vidéos, les plateformes de partage de photos, les plateformes de microblogage et les encyclopédies collaboratives. »

Dans le contexte de cette politique, l'utilisation du terme « médias sociaux » fait référence aux plateformes utilisées par la Ville de Saint-Basile-le-Grand, que ce soit sur les médias sociaux ou sur une plateforme numérique.

### **3.2 Administratrice ou administrateur**

Le terme « administratrice » ou « administrateur » fait référence à toute personne désignée par la Ville, en l'occurrence les employées et employés du Service des communications et des relations avec les citoyens, pour assurer la gestion des médias sociaux et les alimenter.

### **3.3 Utilisatrice ou utilisateur**

Le terme « utilisatrice » ou « utilisateur » fait référence à toute personne, groupe de personnes, organisme et organisation qui utilisent les plateformes proposées par la Ville afin d'interagir avec elle.

### **3.4 Interaction**

Le terme « interaction » fait référence à l'ensemble des comportements qu'un utilisateur peut avoir face à une publication, que ce soit une réaction, un partage ou un commentaire (public ou privé).

### **3.5 Nétiquette**

La nétiquette fait référence à l'ensemble des règles de civilité déterminées par la Ville afin d'assurer un dialogue courtois et respectueux sur les médias sociaux.

## **4. Langue officielle**

La Ville détient la certification de francisation de l'Office québécois de la langue française (OQLF) et aura recours à la langue française dans ses différentes sphères d'intervention, dont les médias sociaux, à moins que l'usage d'un terme anglophone ou technique soit requis.

Conformément à la Charte de la langue française, les utilisatrices et utilisateurs sont invités à prioriser le français dans leurs interactions.

## 5. Représentation de la Ville sur les médias sociaux

La Ville de Saint-Basile-le-Grand assure une présence sur des médias sociaux spécifiques. Seuls les comptes autorisés par le Service des communications et des relations avec les citoyens peuvent être utilisés. Les plateformes officielles de la Ville de Saint-Basile-le-Grand seront reconnaissables par l'utilisation de son logo. Pour consulter les plateformes utilisées par la Ville, visitez le [villesblg.ca/communication](http://villesblg.ca/communication). Tout autre profil ou compte publié en son nom s'expose à des conséquences légales.

L'utilisation des différents médias sociaux se veut un moyen supplémentaire aux autres méthodes utilisées par la Ville de Saint-Basile-le-Grand pour communiquer avec ses utilisatrices et utilisateurs. Les médias sociaux doivent être utilisés en complémentarité avec le site Web et ne se substituent pas à celui-ci.

Le site Web municipal demeure la principale source de référence en matière de communication municipale grandbasiloise.

### 5.1 Utilisation du logo de la Ville

L'utilisation du logo est exclusivement réservée aux communications officielles.

Les membres du conseil municipal doivent éviter d'utiliser le logo de la Ville pour les identifier sur les médias sociaux, et ce, afin d'éviter toute confusion possible.

Toute personne, organisme, partenaire ou entreprise désirant utiliser le logo doit obtenir au préalable le consentement écrit de la Ville avant sa reproduction sur quelconque pièce, qu'elle soit physique ou numérique.

Pour obtenir les autorisations nécessaires ou le logo, communiquez avec le Service des communications et des relations avec les citoyens par courriel à [communications@villesblg.ca](mailto:communications@villesblg.ca).

## 6. Gestion des médias sociaux

L'administratrice ou l'administrateur des médias sociaux est responsable de la gestion des différentes plateformes de la Ville. Il a la responsabilité d'établir une communication bidirectionnelle avec les utilisatrices et les utilisateurs et de publier du contenu conformément à la stratégie établie. L'administratrice ou l'administrateur effectue également la modération et une vigie des différents médias sociaux.

Par souci de cohérence et d'efficacité, mais également pour éviter toute confusion, la création de pages, de groupes ou de comptes se doit d'être limitée. Toute demande

de création de nouvelles pages, groupes ou comptes doit être soumise au Service des communications et des relations avec les citoyens, qui en procèdera à l'analyse.

Également, l'adhésion à de nouvelles plateformes sociales sera analysée en collaboration avec le Service des technologies de l'information afin d'assurer que la ou lesdites plateformes ne représentent aucun risque sur le plan de la sécurité de l'information et qu'elles n'influencent en aucun cas la performance des infrastructures technologiques de la Ville.

Une recommandation sera ensuite soumise à la Direction générale et au conseil municipal, en tenant compte des besoins et de la stratégie de développement numérique, mais également des ressources humaines et financières disponibles.

## **7. Ligne éditoriale et stratégie de contenu**

Par le biais des médias sociaux, la Ville de Saint-Basile-le-Grand informera ses utilisatrices et utilisateurs sur les différentes activités, actualités et services municipaux. Elle émettra également de l'information sur les activités et services provenant des organismes locaux, et ce, conformément à la Politique d'affichage et de diffusion ainsi qu'à la Politique de soutien aux organismes. Le contenu partagé doit être conforme à la ligne éditoriale édictée et à la nétiquette.

La Ville peut s'abonner à des comptes et partager des hyperliens provenant d'organismes publics ou de ses partenaires dont le contenu est jugé pertinent et en lien avec sa mission. Toutefois, cela ne signifie pas que la Ville appuie une organisation ou endosse les propos que celle-ci émet. Elle ne peut être tenue responsable des contenus externes vers lesquels mènent ces publications puisqu'ils peuvent être modifiés sans préavis.

Les plateformes de la Ville se veulent apolitiques. Durant les périodes électorales (municipale, provinciale et fédérale), la Ville ne prendra pas parti, ne défendra pas les candidats et n'émettra aucun commentaire sur le sujet. Seules les informations destinées à la diffusion d'information sur les élections et le calendrier électoral seront diffusées. Les candidates et candidats ne pourront utiliser les médias sociaux de la Ville pour présenter leur programme électoral et leurs idées. Aucune promotion d'un parti ou d'un candidat ne sera permise.

Le contenu diffusé sur les médias sociaux est défini, planifié et programmé par le Service des communications et des relations avec les citoyens, en cohérence avec sa planification annuelle. La Ville se réserve le droit de publier ou de repartager ou non une publication.

La Ville s'assure de respecter le droit d'auteur et la vie privée dans toutes ses publications. Seules les images autorisées seront publiées sur les médias sociaux. Au besoin, les crédits photos seront indiquées dans le texte qui les accompagne.

### **7.1 Nétiquette**

Une nétiquette est requise afin d'assurer des échanges respectueux, courtois et professionnels par l'ensemble des utilisatrices et utilisateurs de ses plateformes. Aucune violence, discrimination ou atteinte à la réputation et à la vie privée ne sera tolérée.

L'administratrice ou l'administrateur des médias sociaux assure la modération des plateformes et a la responsabilité de faire respecter la nétiquette. Ainsi, la Ville se réserve le droit de sensibiliser les utilisatrices et utilisateurs aux comportements à adopter, de masquer ou supprimer des commentaires jugés inadéquats et ne respectant pas la nétiquette et, en dernier recours, de bloquer une utilisatrice ou un utilisateur.

Pour en savoir davantage sur la nétiquette et les comportements à privilégier, consultez l'annexe 1 de la présente politique. La nétiquette est également disponible au [villesblg.ca/netiquette](http://villesblg.ca/netiquette) et accessible sur les médias sociaux.

### **7.2 Promotion**

Seules les campagnes produites par les organismes locaux et les partenaires de la Ville, ou bien par le Service des communications et des relations avec les citoyens afin de promouvoir les activités et services de la Ville, seront autorisées sur les plateformes, et ce, conformément à la Politique d'affichage et de diffusion ainsi qu'à la Politique de soutien aux organismes. Aucune publicité à caractère commerciale ne sera permise.

### **7.3 Réponses aux commentaires**

L'administratrice ou l'administrateur des médias sociaux s'engage à répondre à toute question ou tout commentaire adressé sur sa page officielle dans un délai de 24 à 48 heures durant les heures régulières d'ouverture des bureaux administratifs, à l'exception de contenus relatifs aux mesures d'urgence. Tout commentaire reçu après les heures d'ouverture, la fin de semaine et lors des jours fériés sera traité le plus rapidement possible, selon l'horaire de travail en vigueur.

Comme certaines demandes peuvent nécessiter une recherche d'information plus importante, il se pourrait qu'un délai de traitement supplémentaire soit nécessaire. Le cas échéant, l'utilisatrice ou l'utilisateur concerné en sera avisé.

La Ville est soumise à la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels (RLRQ, c. A-2.1). Ainsi, elle ne peut divulguer de l'information ou des renseignements de nature confidentielle sur les médias sociaux.

Dans certains cas, l'administratrice ou l'administrateur peut demander à un abonné d'interagir en privé afin d'obtenir des informations complémentaires de nature privée (ex. : adresse et numéro de téléphone), et ainsi, être en mesure de mieux répondre à sa demande.

La Ville n'interviendra pas et ne publiera pas sur d'autres pages.

#### **7.4 Employées et employés municipaux**

Les employées et employés municipaux sont invités à relayer l'information transmise par le biais des plateformes officielles de la Ville. S'ils désirent commenter des publications, ils doivent le faire à titre personnel. Ils ne peuvent en aucun temps parler pour et au nom de la Ville. Dans cette optique, les commentaires et prises de position pouvant être publiés par ceux-ci ne reflètent aucunement la position officielle de la Ville et doivent donc être considérés comme des commentaires personnels.

Les employées ou employés municipaux ne doivent en aucun cas faire usage de l'information à caractère confidentiel qu'ils obtiennent dans l'exécution ou à l'occasion de leur travail. Ils ont un devoir de réserve et de loyauté envers la Ville et se doivent de se conformer au code d'éthique et de déontologie des employés de la Ville de Saint-Basile-le-Grand (règlement n° 1189).

#### **7.5 Membres du conseil municipal**

Afin d'éviter toute confusion et disparité entre les informations et par souci de cohérence, il est fortement recommandé que les membres du conseil municipal n'interviennent pas sur les plateformes officielles de la Ville. S'ils désirent le faire, ils doivent partager le contenu sur leur compte personnel ou officiel et commenter à cet endroit, tout en respectant le code d'éthique et de déontologie des élus (règlement n° 1181). Les propos, commentaires ou prises de position publiés sur le compte personnel ou officiel d'un élu municipal ne sont en aucun temps endossés par la Ville. Il est important de mentionner que les propos tenus sur les réseaux sociaux peuvent entraîner la responsabilité de la Ville.

## 7.6 Plaintes et requêtes

Les plaintes et les requêtes ne seront pas traitées par l'entremise des médias sociaux. L'administratrice ou l'administrateur des médias sociaux invitera les citoyens à communiquer avec le service concerné par téléphone au 450 461-8000 ou à utiliser la plateforme de requêtes en ligne accessible au [villesblq.ca/requetes](http://villesblq.ca/requetes).

En dehors des heures d'ouverture, toute demande d'intervention rapide de nature technique (bris d'aqueduc ou d'égout) devra être acheminée à la Régie intermunicipale de police Richelieu–Saint-Laurent en composant le 450 536-3333.

Advenant une urgence ou une situation prioritaire, les utilisatrices et les utilisateurs sont invités à composer le 911.

## 7.7 Demandes médias

Les médias et les journalistes sont invités à adresser leurs demandes par courriel à [communications@villesblq.ca](mailto:communications@villesblq.ca). Aucune demande média ne sera traitée par le biais des médias sociaux.

## Annexe 1 – Nétiquette

La Ville de Saint-Basile-le-Grand utilise plusieurs moyens pour communiquer avec ses citoyens, que ce soit par le biais de son site Web, son infolettre hebdomadaire et ses actualités quotidiennes. Afin de favoriser une communication bidirectionnelle, la Ville de Saint-Basile-le-Grand désire bonifier et diversifier ses outils de communication en assurant une présence sur les médias sociaux.

La Ville accorde une grande importance aux idées et aux préoccupations de ses citoyens. Toutefois, les interactions se doivent d'être respectueuses et courtoises. Les utilisateurs sont invités à consulter cette nétiquette qui permettra d'encadrer les échanges.

Avez-vous consulté notre Politique d'utilisation des médias sociaux au préalable ? Cette politique vous permettra d'en savoir davantage sur la façon dont la Ville a recours aux réseaux sociaux pour interagir avec ses utilisateurs. Pour la consulter, visitez le [villesblq.ca/communication](http://villesblq.ca/communication).

La Ville se réserve le droit de publier ou de repartager, ou non, une publication et de retirer tout commentaire qui ne respecte pas la présente nétiquette.

### Qu'est-ce qu'une nétiquette ?

La nétiquette fait référence à l'ensemble des règles de civilité déterminées par la Ville afin d'assurer un dialogue courtois et respectueux sur les médias sociaux.

### Comportements à adopter pour favoriser des échanges constructifs

Tous les utilisateurs sont responsables des commentaires et messages qu'ils rédigent sur les plateformes de la Ville. Ils assument l'entière responsabilité de leurs propos, des informations qu'ils publient et des informations relatives à l'identification de leur compte. Il importe donc de :

- Réfléchir avant de publier. Pensez aux conséquences de la publication de votre message. Si de manière générale vous ne le diriez pas de vive voix à une autre personne, ne le publiez pas !
- Être respectueux et courtois envers les autres utilisateurs et la Ville : vos interventions se doivent d'être exemptes de propos accusateurs, de jurons, d'attaques directes envers une personne ou une organisation, de propos diffamatoires, harcelants, agressifs, racistes, sexistes, homophobes, etc. ;
- Prioriser la langue française et s'exprimer d'une façon claire et soignée. Les messages publiés dans d'autres langues seront répondus en français ;

- Respecter l'opinion de tous les utilisateurs et partager vos idées de manière constructive. N'oubliez pas ! Une idée en génère souvent une autre ;
- Respecter les lois et les réglementations en vigueur en ce qui concerne :
  - la Charte des droits et libertés de la personne ;
  - la Charte canadienne des droits et libertés ;
  - la Charte de la langue française ;
  - le Code civil du Québec ;
  - la Loi sur la protection du droit d'auteur ;
  - Etc.
- Éviter les publications répétitives, publicitaires, promotionnelles, commerciales, religieuses, d'ordre partisan ou hors sujet.

### Quelques exemples de publications qui ne seront pas tolérées

- Propos diffamatoires, harcelants, agressifs, racistes, sexistes, homophobes, etc. ;
- Contenu dégradant, vulgaire, obscène, malveillant, outrant ou illégal ;
- Propos dévoilant des informations personnelles et violant la vie privée d'une personne, que ce soit sur un autre utilisateur, un membre du conseil municipal ou un employé de la Ville ;
- Promotion ou discréditation d'un parti politique, de ses représentants, des élus municipaux ou des employés de la Ville ;
- L'emploi abusif de la majuscule ;
- Contenu promotionnel, publicitaire et liens externes ;
- Tentative de mobiliser la population pour toute autre cause que celles promues par la Ville.

### Non-respect de la nétiquette

La Ville se réserve le droit de :

- Donner un avertissement ;
- Supprimer un message ;
- Suspendre temporairement un usager ;
- Suspendre indéfiniment un usager.

## Modération

La Ville de Saint-Basile-le-Grand s'engage à répondre à toute question ou tout commentaire adressé sur sa page officielle dans un délai de 24 à 48 heures, durant les heures régulières d'ouverture des bureaux administratifs, c'est-à-dire :

- Du lundi au jeudi de 8 h à 11 h 45 et de 12 h 45 à 16 h 15 ;
- Le vendredi de 8 h 30 à midi.

Tout commentaire reçu après les heures d'ouverture, la fin de semaine ou lors des jours fériés sera traité le plus rapidement possible, selon l'horaire de travail en vigueur, à l'exception de contenus relatifs aux mesures d'urgence.

Certaines demandes peuvent nécessiter une recherche d'information plus importante, il se pourrait qu'un délai de traitement supplémentaire soit nécessaire. Le cas échéant, le demandeur en sera informé.

## Plaintes et requêtes

Les plaintes et les requêtes ne sont pas traitées par l'entremise des médias sociaux. Les utilisatrices ou utilisateurs sont invités à utiliser la plateforme de requêtes en ligne accessible au [villesblg.ca/requetes](http://villesblg.ca/requetes) ou à communiquer avec le service concerné par téléphone au 450 461-8000.

En dehors des heures d'ouverture, les demandes de nature technique (bris d'aqueduc ou d'égout) doivent être acheminées à la Régie intermunicipale de police Richelieu–Saint-Laurent en composant le 450 536-3333.

Pour toute demande urgente ou prioritaire, composez le 911.

## Mise à jour de la nétiquette

La Ville se réserve le droit de modifier cette nétiquette en tout temps et sans préavis.

## Questions et commentaires

Pour toute question concernant la politique d'utilisation des médias sociaux, la nétiquette et les comptes officiels de la Ville, contactez le Service des communications et des relations avec les citoyens au 450 461-8000, poste 8100, ou au [communications@villesblg.ca](mailto:communications@villesblg.ca).

## Demandes médias

Les médias doivent adresser leurs demandes par courriel à [communications@villesblq.ca](mailto:communications@villesblq.ca). Aucune demande média ne sera traitée par le biais des médias sociaux.

## **Annexe 2 – Sources**

Ville de Rimouski

Ville de Trois-Rivières

Gouvernement du Québec