

Nordiq Canada

Politique sur les médias sociaux

Politique

Juin 2021



Table des matières

Définitions.....	3
Préambule.....	3
Application de la présente politique	4
Conduite et comportement	4
Responsabilités des participants.....	5
Responsabilités de Nordiq Canada.....	5
Lignes directrices	6
Directives sur les médias sociaux à l'intention des personnes en autorité.....	6
Directives sur les médias sociaux à l'intention des athlètes	8

NORDIQ CANADA

POLITIQUE SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

Définitions

1. Dans la présente politique, les termes suivants signifient :
 - a) **Athlète** – personne qui participe en tant qu’athlète au sein de Nordiq Canada et qui est assujettie au Code de conduite universel pour prévenir et contrer la maltraitance dans le sport (CCUMS) et aux politiques de Nordiq Canada.
 - b) **Mineur(e)** – la définition se trouve dans le CCUMS et dans l’**annexe A** du *Code de conduite et d’éthique*.
 - c) ***Participants** – fait référence à toutes les catégories de membres individuels et/ou d’inscrits décrites dans les règlements administratifs de Nordiq Canada et qui sont assujetties au CCUMS et aux politiques de Nordiq Canada, ainsi que les personnes employées, sous contrat ou impliquées dans les activités de Nordiq Canada incluant, sans toutefois s’y limiter, les employés, les contractants, les athlètes, les entraîneurs, les instructeurs, les officiels, les bénévoles, les gestionnaires, les administrateurs, les membres des comités, les parents ou tuteurs, les spectateurs et les directeurs ou les dirigeants.
 - d) **Personne en autorité** – tout participant en situation d’autorité au sein de Nordiq Canada incluant, sans toutefois s’y limiter, les entraîneurs, les instructeurs, les officiels, les gestionnaires, le personnel de soutien, les chaperons, les membres des comités, les directeurs et les dirigeants.
 - e) **Médias sociaux** – terme générique qui s’applique dans son ensemble aux nouveaux médias de communication électroniques, dont les blogues, YouTube, Facebook, Instagram, Tumblr, TikTok, Snapchat et Twitter.

Préambule

2. Nordiq Canada est conscient que les interactions et les communications entre les participants se produisent fréquemment sur les médias sociaux. Nordiq Canada avertit les

participants que toute conduite qui ne respecte pas les normes de conduite exigées par la *Politique sur les médias sociaux* et le *Code de conduite et d'éthique* sera assujettie aux sanctions disciplinaires prévues dans la *Politique sur la discipline et les plaintes*.

Application de la présente politique

3. La présente politique s'applique à tous les participants.

Conduite et comportement

4. Les comportements sur les médias sociaux doivent respecter le *Code de conduite et d'éthique*.
5. Les comportements suivants de la part des participants sont interdits sur les médias sociaux :
 - a) Publier un commentaire irrespectueux, haineux, nuisible, désobligeant ou autrement négatif et qui s'adresse à un participant, à Nordiq Canada ou à toute personne en lien avec Nordiq Canada.
 - b) Publier une photo, une photo modifiée ou une vidéo nuisible, irrespectueuse, insultante, humiliante, révélatrice, provocante ou autrement offensante qui vise un participant, Nordiq Canada ou toute autre personne en lien avec Nordiq Canada.
 - c) Créer ou contribuer à un groupe Facebook, une page Web, un compte Instagram, un fil Twitter, un blogue ou un forum en ligne consacré uniquement ou en partie à la promotion de remarques ou de commentaires négatifs ou désobligeants sur Nordiq Canada, ses intervenants ou sa réputation.
 - d) Toute situation de cyberintimidation ou de cyberharcèlement entre un participant et un autre (incluant un coéquipier, un entraîneur, un adversaire, un bénévole ou un officiel) incluant, sans toutefois s'y limiter, les comportements suivants sur tout média social, par message texte ou par courriel : insultes régulières, commentaires négatifs, comportement vexatoire, blagues, menaces, se faire passer pour une autre

personne, répandre des rumeurs ou des mensonges ou tout autre comportement nuisible.

Responsabilités des participants

6. Les participants doivent être conscients que leurs activités sur les médias sociaux peuvent être vues par tous, incluant Nordiq Canada.
7. Si Nordiq Canada interagit officiellement avec un participant sur les médias sociaux (par exemple, en partageant un gazouillis ou une photo sur Facebook), le participant peut, en tout temps, demander à Nordiq Canada de cesser cet engagement.
8. Lors de l'utilisation de médias sociaux, un participant doit faire preuve d'un comportement approprié à son rôle et à son statut au sein de Nordiq Canada.
9. La suppression de contenu des médias sociaux après sa publication (publique ou privée) ne dispense pas les participants d'être assujettis à la *Politique sur la discipline et les plaintes*.
10. Toute personne qui croit que l'activité d'un participant sur les médias sociaux est inappropriée ou pourrait enfreindre les politiques et les procédures doit le signaler à Nordiq Canada de la manière décrite dans la *Politique sur la discipline et les plaintes*.

Responsabilités de Nordiq Canada

11. Nordiq Canada est responsable de comprendre si et comment les personnes en autorité et les athlètes utilisent les médias sociaux pour communiquer entre eux. Il est possible que les personnes en autorité et les athlètes aient besoin d'un rappel comme quoi leur comportement sur les médias sociaux est assujetti au *Code de conduite et d'éthique* et à la *Politique sur les médias sociaux*.

12. Les plaintes et les inquiétudes concernant le comportement d'une personne en autorité ou d'un athlète sur les médias sociaux peuvent être signalées en vertu de la *Politique sur la discipline et les plaintes*.

Lignes directrices

13. Les lignes directrices de la présente section offrent aux personnes en autorité et aux athlètes des conseils et des suggestions sur l'utilisation des médias sociaux. On encourage fortement les personnes en autorité et les athlètes à développer leur propre stratégie concernant l'utilisation des médias sociaux (écrite ou non) et à s'assurer que leur stratégie est conforme au *Code de conduite et d'éthique*.

14. Vu la nature des médias sociaux en tant qu'outil de communication en évolution constante, Nordiq Canada fait confiance aux personnes en autorité et aux athlètes pour faire preuve de jugement lorsqu'ils interagissent sur les médias sociaux. Ces lignes directrices ne représentent pas des règles ou des normes de comportement strictes, mais plutôt des recommandations qui vont façonner le bon jugement des personnes.

Directives sur les médias sociaux à l'intention des personnes en autorité

15. Les personnes en autorité doivent tenir compte des lignes directrices suivantes pour développer leur propre stratégie d'utilisation des médias sociaux :

- a) Avec les athlètes mineurs, assurez-vous que les parents/tuteurs sont conscients des interactions qui ont lieu sur les médias sociaux et le contexte de ces interactions et donnez aux parents/tuteurs l'option d'interdire ou de restreindre les communications par ces moyens.
- b) Tentez de rendre les communications avec les athlètes sur les médias sociaux aussi unidirectionnelles que possible. Soyez disponible pour les athlètes s'ils initient le contact; il est possible que les athlètes veuillent avoir cette option rapide et facile

- pour vous contacter, mais évitez de vous imposer dans l'espace personnel d'un athlète sur les médias sociaux.
- c) Assurez-vous que toutes les communications sur les médias sociaux sont professionnelles, sans ambiguïté et restent sur le sujet. Évitez les émoticônes et le langage non spécifique qui peuvent être interprétés de multiples façons.
 - d) Choisir de ne pas s'engager sur les médias sociaux est une stratégie acceptable. Préparez-vous à informer les athlètes (et/ou les parents/tuteurs) de la raison pour laquelle vous ne vous impliquerez pas dans cet espace et à expliquer les médias que vous utiliserez pour communiquer avec eux.
 - e) Les athlètes vont chercher vos comptes sur les médias sociaux. Prévoyez la façon dont vous allez réagir si un athlète tente d'interagir avec vous sur les médias sociaux.
 - f) Vérifiez et modifiez annuellement les paramètres de confidentialité de tous vos comptes sur les médias sociaux.
 - g) Envisagez de surveiller ou d'être généralement conscient du comportement des athlètes sur les médias sociaux pour assurer leur respect du *Code de conduite et d'éthique* et de la présente politique.
 - h) Ne demandez jamais l'accès aux publications privées d'un athlète sur Twitter, Instagram ou Facebook.
 - i) N'envoyez pas de demande d'amitié aux athlètes. Ne faites jamais pression pour qu'un athlète vous envoie une demande d'amitié ou s'abonne à vos comptes sur les médias sociaux.
 - j) Si vous acceptez une demande d'amitié d'un athlète, vous devez accepter les demandes de tous les athlètes. Faites attention à ne pas montrer de favoritisme sur les médias sociaux.
 - k) Envisagez de gérer vos médias sociaux de façon à ce que les athlètes n'aient pas l'option de vous suivre sur Twitter ou de vous envoyer une demande d'amitié sur Facebook.
 - l) N'identifiez pas des athlètes mineurs sur des publications publiques sur les médias sociaux.
 - m) Demandez la permission des athlètes d'âge adulte avant de les identifier publiquement sur une publication sur les médias sociaux.

- n) Évitez d'ajouter les athlètes sur Snapchat et ne leur envoyez pas de message sur Snapchat.
- o) Ne publiez pas de photos ou de vidéos d'athlètes mineurs sur vos comptes privés sur les médias sociaux.
- p) Soyez conscients que vous pourriez apprendre des informations sur un athlète qui représentent une obligation de signalement de votre part (par exemple, vous pouvez voir une photo d'athlètes mineurs en train de consommer de l'alcool pendant un voyage).
- q) Si des décisions concernant les sélections et autres affaires officielles d'équipe sont annoncées sur les médias sociaux, assurez-vous qu'elles sont également publiées ailleurs, comme sur un site Web, ou envoyées par courriel.
- r) N'exigez jamais des athlètes qu'ils s'inscrivent à Facebook, qu'ils rejoignent un groupe Facebook, qu'ils s'abonnent à un fil Twitter ou qu'ils aiment une page Facebook sur votre équipe ou votre organisation.
- s) Si vous créez une page sur Facebook ou Instagram pour votre équipe ou vos athlètes, n'en faites pas l'endroit exclusif pour publier des informations importantes. Publiez également ces informations importantes sur d'autres médias (par exemple sur une page Web ou par courriel).
- t) Faites preuve d'une discrétion appropriée lorsque vous utilisez les médias sociaux pour vos communications personnelles (avec vos amis, vos collègues ou d'autres personnes en autorité), car votre comportement peut être vu comme un modèle par les athlètes.
- u) Évitez toute association avec des groupes Facebook, des comptes Instagram ou des fils Twitter ayant du contenu sexuellement explicite ou des points de vue qui pourraient causer du tort ou compromettre votre relation avec un athlète.
- v) Ne vous représentez jamais faussement en utilisant un faux nom ou un faux profil.

Directives sur les médias sociaux à l'intention des athlètes

16. Les athlètes doivent tenir compte des conseils suivants pour développer leur propre stratégie d'utilisation des médias sociaux :

- a) Réglez vos paramètres de confidentialité pour limiter les personnes qui peuvent vous chercher et les informations privées visibles par les autres.
- b) Les entraîneurs, les coéquipiers, les officiels ou les adversaires peuvent vous ajouter sur Facebook ou vous suivre sur Instagram ou Twitter. Vous n'êtes pas obligé de les suivre ou d'être amis sur Facebook avec qui que ce soit.
- c) Évitez d'ajouter des personnes en autorité sur Snapchat et ne leur envoyez pas de message sur Snapchat.
- d) Si vous vous sentez harcelé par une personne sur un média social, signalez-le à votre entraîneur ou à une autre personne en autorité de votre organisation.
- e) Vous n'avez pas à aimer une page sur Facebook ou à suivre un fil Twitter ou un compte Instagram.
- f) Le contenu publié sur les médias sociaux, selon vos paramètres de confidentialité, est considéré comme public. Dans la plupart des cas, vous ne pouvez pas avoir d'attentes raisonnables en matière de respect de la vie privée.
- g) Le contenu publié sur les médias sociaux est presque toujours permanent; sachez que d'autres personnes peuvent prendre des captures d'écran de votre contenu (même sur Snapchat) avant que vous ne les effaciez.
- h) Évitez de publier des photos qui montrent ou suggèrent une participation à des activités illégales, notamment : excès de vitesse, agression physique, harcèlement, consommation d'alcool (pour les mineurs) et consommation de marijuana (pour les mineurs).
- i) Ayez un comportement approprié à votre statut sur les médias sociaux en tant que a) athlète et b) membre de votre organisation et des organisations qui la gouvernent. En tant que représentant de votre organisation, vous avez signé un *Code de conduite et d'éthique* et vous devez respecter ce code lorsque vous publiez du contenu et interagissez avec d'autres personnes sur les médias sociaux.
- j) Soyez conscient que votre page Facebook publique, votre compte Instagram ou votre fil Twitter peuvent être surveillés par votre organisation, votre entraîneur ou une autre organisation et que votre contenu ou votre comportement sur les médias sociaux peut être assujéti à des sanctions en vertu de la *Politique sur la discipline et les plaintes*.