

Politique de gestion

Titre : **Utilisation des médias sociaux par des personnes ayant un lien avec la STM**

Sujet : **Communications**

N° : **PG 6.03**

Approuvée par : **Direction générale** (DADG-22-050)

1.0 CONTEXTE

Les médias sociaux sont considérés comme des moyens de communication incontournables en raison de leur grande popularité et de leur influence. Il y est parfois difficile de faire une distinction claire entre les domaines privé et public. La prudence est de rigueur, tant sur une page privée que sur des plateformes sociales, incluant celles de la Société. Une publication qu'on souhaite maintenir privée peut devenir publique, circuler et demeurer accessible longtemps, et ce, même une fois ayant été supprimée.

Les utilisatrices et utilisateurs de médias sociaux sont personnellement responsables du contenu que ces personnes publient. Une part de cette responsabilité pourrait être attribuée à la Société lorsque ces personnes s'affichent comme ayant un lien avec elle (exemple : membre du personnel, consultant, fournisseur ou sous-traitant agissant pour elle auprès de tiers).

La Société a un intérêt justifié dans toutes communications qui fait mention de ses activités, de ses partenaires ou de sa clientèle puisque les contenus diffusés dans les médias sociaux peuvent être de nature publique.

La Société reconnaît les droits à la liberté d'expression et d'opinion protégés par les chartes canadiennes et québécoises et souhaite rappeler qu'il est important de respecter le Code d'éthique, les valeurs, les politiques ainsi que les différentes directives, règles et obligations en vigueur à la Société.

Les dispositions de la présente politique s'appuient sur la Charte canadienne des droits et libertés, la Charte des droits et libertés de la personne (RLRQ, c. C-12), le Code civil du Québec et le Code criminel ainsi que la Loi concernant le cadre juridique des technologies de l'information (RLRQ, c. C-1.1) et la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels (RLRQ, c. A-2.1).

2.0 OBJECTIFS DE LA POLITIQUE

La présente politique a pour objectif d'informer, de prévenir, de sensibiliser et de responsabiliser les personnes faisant partie du personnel de la Société ou s'affichant comme ayant un lien avec elle (exemples : membre du personnel d'un consultant, d'un fournisseur ou d'un sous-traitant agissant pour elle auprès de tiers) et qui utilisent les médias sociaux. On y retrouve les principes à respecter, les règles de conduite, les comportements à adopter ainsi que certains comportements à proscrire.

3.0 DÉFINITIONS

Communication :	Message, réponse ou échange numérique entre deux ou plusieurs personnes effectué par le biais des outils de messagerie des médias sociaux. Contrairement à une publication, la communication ne se veut pas publique et seules les personnes concernées peuvent généralement y avoir accès.
Cyberintimidation et cyberharcèlement :	Réfère à une forme de violence, de discrimination ou de harcèlement par l'intermédiaire de moyens de communication numériques tels que des médias sociaux, conformément à la politique de gestion « Prévenir et contrer le harcèlement, la discrimination et la violence en milieu de travail » (PG 2.07).

Domaine privé :	Espace de publication numérique où il est nécessaire d'être membre d'un groupe, d'une communauté ou d'être lié à une personne, un groupe ou une communauté pour publier ou pour avoir accès à des publications. Dans le domaine privé, la publication de contenu est généralement restreinte à certains membres de la communauté internaute. Cependant, une publication dans le domaine privé peut ne plus être considérée privée si celle-ci est partagée sur les médias sociaux.
Domaine public :	Espace de publication numérique où il n'est pas nécessaire d'être membre d'un groupe, d'une communauté ou d'être en lien avec une personne, un groupe ou une communauté pour publier ou avoir accès à des publications. Le domaine public est généralement un lieu où la communauté internaute peut publier ou consulter les publications. Il peut également inclure un espace de publication restreint ou limité à un groupe, comportant un grand nombre de personnes.
Médias sociaux :	Recouvre les différentes activités intégrant à la fois la technologie, l'interaction sociale et la création de contenu. Toute plateforme ou application sur Internet permettant l'interaction et le partage de contenu. Les médias sociaux comprennent notamment, mais non limitativement : • Les sites sociaux de réseautage, tels Facebook et Twitter; • Les sites de réseautage professionnels, tel LinkedIn; • Les sites de partage de vidéos et de photos, tels YouTube, Google, Instagram, Snapchat, Vimeo, TikTok, Flickr et Pinterest; • Les encyclopédies en ligne, telle Wikipédia. Tous les nouveaux médias sociaux, au sens du présent article, seront visés par la présente politique au fur et à mesure de leur création.
Publication :	Commentaires, propos, images, vidéos, documents diffusés sur les médias sociaux. Ceci inclut le partage de publication et l'action d'endosser ou d'appuyer une publication.
Renseignements personnels :	Renseignements qui portent sur une personne physique et permettent, directement ou indirectement, de l'identifier.

4.0 PORTÉE

La présente politique s'applique aux membres du personnel de la Société qui :

- S'expriment ou qui publient des informations sur les médias sociaux sur des sujets reliés à la Société;
- Impliquent directement ou indirectement la Société dans une publication (quel que soit le moyen utilisé);
- Peuvent être identifiés sur un ou des médias sociaux;

Il en va de même pour les personnes *agissant pour la Société auprès de tiers* dans le cadre de leur contrat à *titre de consultant, fournisseur ou de sous-traitant*. Il s'agit notamment des membres du personnel des fournisseurs assignés aux travaux des bureaux de projets de la Société.

Note : Toutes ces catégories de personnes seront désignées par l'expression « personnes visées » dans la suite de ce document.

Les dispositions décrites dans cette politique s'appliquent aussi bien au domaine privé que public y compris la sphère professionnelle.

Les obligations découlant de la présente peuvent continuer de s'appliquer après la fin de l'emploi ou du contrat avec la Société.

5.0 PRINCIPES GÉNÉRAUX

- Les communications et publications au nom de la Société sont strictement réservées aux personnes autorisées à cette fin.
- Les communications et publications sur les médias sociaux demeurent assujetties aux obligations des personnes visées envers la Société sans égard au fait qu'elles ont lieu dans le cadre du travail ou à l'extérieur de celui-ci.
- Les personnes visées ne devraient pas accéder aux médias sociaux pour des raisons personnelles durant les heures de travail.
- Les personnes visées doivent faire preuve de loyauté à l'égard de la Société, elles doivent notamment s'assurer de préserver son image, de ne pas lui causer du tort et de ne pas porter atteinte à sa réputation.

6.0 COMPORTEMENTS À ADOPTER

L'éthique, les différentes politiques, directives et règles adoptées par la Société ainsi que les obligations légales auxquelles les personnes visées doivent se conformer, suggèrent une série de comportements à adopter lors de l'usage des médias sociaux. Ceux-ci doivent notamment :

- S'exprimer uniquement en leur nom personnel pour publier ou commenter des sujets reliés à la Société, particulièrement quand leur identification à titre de Membre est possible et que ce lien est pertinent;
- Éviter de s'identifier avec son courriel @stm.info, à moins que ce ne soit en lien avec son emploi ou pour les affaires de la Société;
- Agir avec respect et s'assurer de se conduire sur les médias sociaux sans que cela soit au détriment de la Société, des autres personnes visées, des retraitées ou retraités, de la clientèle ou des partenaires;
- Faire preuve de prudence lors de la publication de photos ou vidéos de soi-même, des autres personnes visées, des retraitées ou retraités, de la clientèle ou des partenaires en s'assurant d'obtenir préalablement leurs consentements;
- Éviter de s'exprimer de manière à laisser croire d'être une ou un porte-parole de la Société, mais plutôt, diriger la communauté d'internautes vers les sites, comptes ou les pages officielles de la Société;
- Cesser de s'identifier à titre de membre du personnel de la Société ou comme personne agissant pour elle suivant la fin de son emploi ou de son contrat.

7.0 COMPORTEMENTS À PROSCRIRE

Même s'ils surviennent dans les médias sociaux, certains comportements sont clairement contraires à l'éthique et à cette politique. Dans certains cas, ils sont considérés comme des infractions criminelles ou pénales. Lorsqu'une personne visée fait usage des médias sociaux, elle ne doit jamais, par exemple :

- Publier des informations confidentielles de la Société;
- Publier des informations obtenues dans le cadre de ses fonctions (exemples : des photos, des vidéos de procédures, des méthodologies de travail, de l'information liée aux installations, matériels ou activités de la Société);
- Faire de la cyberintimidation ou cyberharcèlement, tenir des propos diffamatoires, menaçants ou injurieux envers des membres du personnel, des retraitées ou des retraités, la clientèle ou des partenaires de la Société;
- S'afficher ou agir comme porte-parole de la Société sans en avoir l'autorisation;
- Publier du contenu pouvant porter atteinte à l'image et à la réputation de la Société ou à la vie privée et à la réputation des membres du personnel, des personnes retraitées, de la clientèle ou des partenaires de la Société;

- Publier des renseignements personnels à propos des membres du personnel, des retraitées ou des retraités, des partenaires ou de la clientèle sans leur consentement;
- Utiliser sans autorisation le nom, le logo, l'image de marque ou tout autre droit de propriété intellectuelle appartenant à la Société pour publier du contenu de manière à laisser croire qu'il s'agit d'une publication officielle de la Société.

Dans le cas où il est possible de vous identifier à titre de membre du personnel (par son uniforme, le logo, votre adresse courriel stm.info, etc.), vous ne devez jamais, par exemple :

- Publier du contenu incompatible avec votre fonction, vos tâches ou vos responsabilités;
- Publier du contenu diffamatoire, dégradant, haineux, méprisant, vulgaire, obscène ou incitant à la violence;
- Publier du contenu contraire à la politique, aux valeurs de la Société, faire preuve d'incivilité ou de manque de respect envers autrui;
- Prendre position ou exprimer des opinions à caractère politique, religieux, visant des groupes ou des minorités, concernant l'identité ou l'expression de genre, la langue, la grossesse, l'orientation sexuelle, l'état civil ou un handicap.

8.0 UTILISATION CORPORATIVE

Certains membres du personnel ont l'autorisation d'intervenir sur les médias sociaux et autres outils numériques dans le cadre de leurs fonctions. Ils doivent s'acquitter des devoirs et obligations découlant de leur assignation de manière à :

- Respecter le code d'éthique de la Société ainsi que les dispositions de la présente politique;
- Respecter les Règles de comportement au travail en vigueur à la Société;
- Préserver la réputation et l'image de marque de la Société.

9.0 SANCTIONS

Selon la nature des gestes commis, une personne visée contrevenant aux dispositions de la présente politique s'expose à l'imposition des mesures administratives ou disciplinaires, pouvant aller jusqu'au congédiement. De plus, la Société se réserve le droit d'exercer tout autre recours compte tenu de la responsabilité individuelle liée au contenu publié sur les médias sociaux.

10.0 RÔLES ET RESPONSABILITÉS

Personnes visées par cette politique

- Prendre connaissance des dispositions de la présente politique et en cas de doute ou d'incompréhension, se référer à sa ou son gestionnaire.

Gestionnaires

- Prendre connaissance des dispositions de la présente politique et en cas de doute ou d'incompréhension, se référer aux Partenaires d'affaires – Ressources humaines;
- Assurer le respect de la présente politique dans la gestion de son secteur d'activité et en faire la promotion aux membres de son équipe;
- Prendre les mesures appropriées pour gérer tout manquement ou toute autre situation en lien avec la présente politique.

Direction exécutive - Ressources humaines

- Assister les gestionnaires en leur fournissant les paramètres nécessaires et le soutien adéquat dans la gestion des événements allant à l'encontre de la présente politique.

Direction exécutive – Expérience client et activités commerciales

- Assurer le suivi, la mise à jour et appuyer la mise en œuvre de la présente politique au sein de la Société, de concert avec les gestionnaires (conformément aux dispositions de la politique corporative PC1.00 « Mode d'approbation des encadrements administratifs »);
- Assumer l'interprétation avec le soutien de la division – Relations du travail et avantages sociaux de la Direction exécutive- Ressources humaines, lorsque nécessaire.

Direction exécutive - Technologies de l'information et innovation

- Assurer le soutien et l'expertise nécessaires à la Direction exécutive – Expérience client et activités commerciales.

11.0 RÉFÉRENCES

Cette politique de gestion vient compléter ou préciser les dispositions prévues aux encadrements suivants :

- Code d'éthique de la Société de transport de Montréal;
- Règles de comportement au travail des employés;
- Politique de gestion – Relations avec les médias (PG 6.02);
- Politique de gestion - Prévenir et contrer le harcèlement, la discrimination et la violence en milieu de travail (PG 2.07);
- Politique de gestion - Gouvernance des ressources et actifs informationnels (PG 5.01);
- Politique de gestion - Utilisation des actifs informatiques (PG 5.02).

HISTORIQUE

Adoption : 30-09-2014

Révision : 08-03-2022

Prochain contact pour révision – 2026