

# POLITIQUE

## Médias sociaux

### Préambule

L'Association canadienne des administrateurs de régimes de retraite (ACARR) s'est engagée à faire preuve de transparence et d'honnêteté dans toutes ses communications avec ses membres, ses intervenants et le grand public. Les médias sociaux nous intéressent parce qu'ils nous permettent de tisser et de renforcer des liens avec les membres et les intervenants.

C'est pourquoi l'ACARR adopte la présente politique sur les médias sociaux (appelée la « politique »). Cette politique s'applique à tout le personnel de l'ACARR, ainsi qu'à ses administrateurs, bénévoles, membres, entrepreneurs indépendants, agents, conférenciers, rédacteurs, blogueurs, talents, promoteurs et à toute autre personne ou entité participant à des activités au nom de l'ACARR, qu'ils travaillent directement pour l'ACARR ou pour une agence, ou un représentant d'agence, une filiale ou une franchise (appelés collectivement les « porte-parole »).

La présente politique expose les grandes lignes des politiques et des procédures de l'ACARR relatives à la publicité, aux relations publiques, à la promotion et aux communications professionnelles. Elle vise aussi les recommandations et les témoignages des porte-parole à propos de l'ACARR ou de ses produits, activités, services ou membres, que ces recommandations et témoignages soient faits par l'intermédiaire de « médias traditionnels », tels que la radio, la télévision et la presse, ou de « nouveaux médias », notamment les « médias sociaux », tels que les sites Web, blogs, applications mobiles ou toute autre forme de médias utilisable et accessible par le grand public.

Les porte-parole sont légalement responsables de leurs opinions, commentaires et contenu et, par conséquent, peuvent être tenus personnellement responsables de tout commentaire jugé diffamatoire, obscène, ou de nature sensible ou exclusive pour l'ACARR, ses membres, ses fournisseurs, ses partenaires, ses intervenants ou toute autre personne ou entité.

Pour ces raisons, les exagérations, obscénités, conclusions non fondées et remarques désobligeantes ou épithètes injurieuses ne seront plus tolérées. De plus, il faut noter qu'étant donné les capacités de stockage électronique et technologique, tout commentaire, opinion ou contenu pourrait rester dans le domaine public et être archivé, stocké et récupérable indéfiniment, même à des endroits où ils sont électroniquement ou physiquement inaccessibles. Tout manquement à la présente politique pourrait entraîner la prise de mesures disciplinaires pouvant aller jusqu'au congédiement ou, s'il y a lieu, jusqu'à la résiliation du contrat ou de toute forme d'engagement entre les porte-parole et l'ACARR.

### 1.0 Médias sociaux – Définition

Dans le cadre de la présente politique, le terme « médias sociaux » représente des technologies électroniques, accessibles par Internet ou à partir d'un dispositif mobile, qui facilitent les communications interactives et la création de contenu pour les organisations, communautés et personnes. Ces technologies peuvent comprendre les courriels, la messagerie instantanée, les messages textes, les publications, les forums de discussion générale ou spécialisée, les blogues, les balados, les images et les enregistrements vidéo ou audio.

### 2.0 Normes de conduite

Relativement aux déclarations figurant dans les communications concernant l'ACARR ou ses produits, activités, services ou membres, les porte-parole doivent se conformer aux principes suivants :

- a) les porte-parole ne doivent pas faire de déclarations mensongères ou trompeuses sur les produits, activités, services ou programmes de l'ACARR;
- b) les porte-parole ne doivent pas avoir des communications de nature diffamatoire ou qui ne respectent pas la propriété intellectuelle ou le droit à la vie privée d'autres personnes;
- c) les porte-parole ne doivent pas faire publiquement de commentaires offensants visant à créer un environnement intimidant ou hostile ou ayant ce résultat, notamment au moyen de falsifications au sujet de l'ACARR, de ses porte-parole ou de ses intervenants;

- d) les porte-parole ne doivent pas proférer d'insultes racistes ou personnelles ou d'obscénités, ou utiliser tout autre langage offensant ou discriminatoire, et ils doivent s'assurer que leurs commentaires n'incitent pas les autres à faire des commentaires discriminatoires ou malveillants, ou tout autre commentaire non professionnel;
- e) les porte-parole doivent respecter les conditions d'utilisation et consignes d'affichage concernant la publication de contenu au nom de l'ACARR;
- f) les porte-parole doivent respecter toutes les lignes directrices supplémentaires formulées par l'ACARR.

### **3.0 Exigences en matière de divulgation**

- a) Les porte-parole doivent communiquer à l'ACARR tout lien important figurant dans des communications concernant l'ACARR ou ses produits, activités, services ou programmes, même quand il n'est pas raisonnablement évident qu'un lien important existe entre l'ACARR et les porte-parole.
- b) Les porte-parole qui publient leurs propres opinions, commentaires ou contenu concernant l'ACARR ou ses produits, activités, services ou programmes, doivent préciser que ces publications ne reflètent pas nécessairement les opinions de l'ACARR.
- c) Tout commentaire, opinion ou contenu indépendant doit être présenté clairement comme tel et tenir compte des limites et de la nature des plateformes respectives des médias utilisés.

### **4.0 Marque de commerce et propriété intellectuelle**

Tout logo, marque de commerce ou autre matériel exclusif qui peut être fourni à un porte-parole par l'ACARR ou au sujet de l'ACARR ou acquis par un porte-parole auprès de l'ACARR ou relativement à l'ACARR ne doit être utilisé que conformément aux lignes directrices de l'ACARR. Les porte-parole ne doivent pas publier de tels renseignements sans avoir obtenu l'autorisation explicite de l'ACARR.

### **5.0 Confidentialité**

Les porte-parole ne peuvent pas divulguer de renseignements exclusifs ou confidentiels de l'ACARR, notamment des plans de développement, des politiques, des stratégies, des documents financiers ou autres, qui n'ont pas encore été rendus publics par l'ACARR. Les porte-parole ne doivent pas publier des renseignements relatifs à l'identité d'une personne, y compris son adresse de courriel personnelle et son adresse municipale, ou des renseignements personnels la concernant.

Les porte-parole doivent communiquer avec l'ACARR pour s'assurer que des renseignements ont été divulgués au public avant de les commenter, de bloguer à leur sujet ou de les télécharger.

### **6.0 Demandes de renseignements provenant de la presse**

Les demandes de renseignements de toutes sortes provenant des médias, nouveaux ou traditionnels, doivent être communiquées à l'ACARR conformément à la section Avis, ci-après. Les porte-parole ne doivent pas participer à des discussions ou à des échanges écrits avec les médias sans avoir consulté au préalable un représentant autorisé de l'ACARR et avoir reçu son approbation.

### **7.0 Surveillance des médias sociaux**

L'ACARR surveille régulièrement l'utilisation qui est faite de son nom et se réserve un droit de regard sur l'utilisation que ses porte-parole font des médias sociaux.

### **8.0 Avis**

Veillez adresser toute question concernant le contenu de la présente politique à :

Ric Marrero, directeur, Marketing et communications  
Association canadienne des administrateurs de régimes de retraite  
1255, rue Bay, bureau 304, Toronto (Ontario) M5R 2A9  
Tél. : 416-964-1260, poste 223  
Courriel : ric.marrero@acpm.com

### **9.0 Modification de la présente politique**



L'ACARR se réserve le droit de modifier la présente politique en tout temps. En cas de différend lié à l'interprétation de cette politique, l'interprétation de l'ACARR aura préséance.

#### **10.0 Date d'entrée en vigueur**

La présente politique entre en vigueur immédiatement et sa dernière mise à jour date du 13 juillet 2012.