



SDIS 42

GUIDE DES BONS USAGES

DES MÉDIAS SOCIAUX

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

042-284210242-20160708-16-06-055-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 08/07/2016

Publication : 08/07/2016



PRÉAMBULE

POURQUOI UN GUIDE SUR LES MÉDIAS SOCIAUX ?

Ce *guide* s'adresse à l'ensemble des personnels du service départemental d'incendie et de secours (SDIS) de la Loire : sapeurs-pompiers volontaires, professionnels, agents administratifs et techniques...

En vous expliquant **les règles de bon usage**, ce guide a vocation à vous aider à comprendre et à mieux utiliser les médias sociaux.

Les médias sociaux sont des **plates-formes** qui peuvent être collaboratives, de partage et d'échange.

Ils offrent **des services** très variés aux utilisateurs : actualités, messagerie instantanée, blogs, partage de photos, de vidéos, forums...

Aujourd'hui, **Facebook** et **Twitter**, pour ne citer qu'eux, sont des médias sociaux quasi incontournables.

Le **SDIS de la Loire** y est d'ailleurs présent afin d'échanger avec toutes les personnes intéressées par les activités et les missions des sapeurs-pompiers de la Loire.

L'objectif de ce guide est de vous aider à utiliser ces médias **en toute sécurité**, à vous poser les bonnes questions avant de publier certains contenus et de vous **sensibiliser** aux risques potentiels lorsque vous publiez des photos, des vidéos, des informations relatives à une intervention... tout en conservant votre **liberté de surfer à titre personnel** sur les réseaux sociaux.

Ce guide fait suite à la **note de service 15-07** qui définit les « *principes d'organisation de la communication opérationnelle* ». Il constitue un **document structurant** de l'établissement.

Bonne lecture !

SOMMAIRE

1. MÉDIAS SOCIAUX

Le SDIS de la Loire sur les médias sociaux . 4

2. RÉGLEMENTATION

Quelques éléments de réglementation . 5

3. COMPTES PERSONNELS

Conseils à suivre pour les comptes personnels . 6.7

4. GLOSSAIRE

Notions générales. 8.9

Termes techniques. 10.11

5. COMMENT NOUS SUIVRE?

Liens 12

1. LE SDIS DE LA LOIRE ET LES MÉDIAS SOCIAUX

Le SDIS de la Loire est présent sur les médias sociaux depuis 2013. Cette démarche s'inscrit dans le cadre du projet d'établissement, en lien avec l'arrivée du nouveau *site Internet* et avec la nécessité de toujours *s'adapter* au monde qui nous entoure.

QUELS SONT LES OBJECTIFS DE CETTE DÉMARCHÉ ?

- **Garantir** une image unique et cohérente de l'établissement sur les médias sociaux.
- **Diversifier** les publics et moderniser l'image du SDIS.
- **Mieux faire connaître** les missions des sapeurs-pompiers et des services d'incendie et de secours.
- **Constituer** un nouveau point d'entrée pour les sollicitations des usagers (questions sur les carrières, la sécurité, la prévention...).

QUE TROUVE-T-ON SUR CES COMPTES OFFICIELS ?

- **Les actualités** (institutionnelle, événementielle, sportive...) du SDIS et des amicales.
- **Des offres d'emploi** et des campagnes d'engagement des sapeurs-pompiers volontaires.

- Des informations relatives aux **conseils de prévention** et aux **gestes qui sauvent**.

Ces comptes officiels ne diffusent pas d'informations sur les **opérations en cours**.

En revanche, ils sont susceptibles de relayer les messages ou les recommandations du directeur des opérations de secours (Préfet) en cas de crise.

ATTENTION !

Seul le service communication du SDIS peut s'exprimer au nom des sapeurs-pompiers de la Loire sur les réseaux sociaux.

Toutefois, chaque caserne ou amicale a la possibilité de lui **soumettre** des sujets ou des annonces d'évènements.

2. ÉLÉMENTS DE RÉGLEMENTATION

Tous les agents publics ou, par assimilation, les personnes exerçant une activité de service public, sont soumis, outre les dispositions légales générales, au *secret professionnel* ainsi qu'à une *obligation de discrétion* et de *réserve*. Ces obligations peuvent entraîner, au-delà de la responsabilité du service, la *responsabilité individuelle* des agents.

LE SECRET PROFESSIONNEL

Le respect du secret professionnel ou médical interdit aux sapeurs-pompiers de divulguer toute information qu'ils sont susceptibles de recueillir dans l'exercice de leurs missions et qui pourrait **porter atteinte à la vie privée des victimes** (identité, état des blessures, cause du sinistre...).

UNE OBLIGATION DE RÉSERVE

Les agents publics doivent faire preuve de réserve et de mesure dans l'expression écrite et orale de leurs **opinions personnelles**. Il s'agit d'une application du *principe de neutralité*.

Ainsi, ils doivent faire preuve de **réserve quant aux opinions et aux croyances** religieuses, philosophiques ou politiques.

La réserve impose également d'éviter en toutes circonstances des comportements portant **atteinte à la considération du service public**.

L'obligation de réserve s'applique **pendant et hors du temps de service** et continue de s'appliquer aux agents suspendus ou en disponibilité.

UNE OBLIGATION DE DISCRÉTION

La discrétion professionnelle s'impose à tous les agents. Elle vise à **protéger le SDIS** contre la divulgation de faits ou d'informations qui pourraient **nuire au bon fonctionnement** du service.

AUTRES DISPOSITIONS LÉGALES

Tout citoyen doit respecter les règles relatives au **droit d'auteur** et au **droit à l'image** dans le cadre de ses activités professionnelles ou personnelles.

Ainsi, les logos, œuvres, vidéos, photographies de personnes ou de biens ne doivent pas être utilisés sans **autorisation préalable** des titulaires des droits de propriété intellectuelle. De même, une autorisation préalable écrite est nécessaire pour **toute personne reconnaissable** figurant sur une photographie.

En France, la vie privée fait l'objet d'une protection rigoureuse et toute atteinte au droit à l'image expose les agents concernés à des **poursuites** sur les plans pénal, civil et disciplinaire.

3. COMPTES PERSONNELS

Vous êtes libres d'avoir des comptes personnels sur les médias sociaux. Pour autant, vous devez respecter les éléments de réglementation énoncés plus haut. Voici d'autres conseils à suivre, pour naviguer sur le net *en toute sécurité* !

NE DIVULGUEZ PAS D'INFORMATIONS RELATIVES AUX INTERVENTIONS

Le **principal risque** sur les comptes personnels concerne la **divulgarion d'informations confidentielles** ayant trait aux interventions.

Ces informations peuvent en effet compromettre les enquêtes menées par les autorités judiciaires ou porter atteinte à la vie privée des victimes et des familles.

Ainsi, de simples statuts, horaires, photos ou vidéos peuvent parfois contenir des informations confidentielles.

• **Ne commentez pas votre intervention** sur les médias sociaux. Évitez les statuts ou les commentaires tels que « *Super feu !* » ou « *Gros carnage !* », surtout quand il y a eu des victimes...

• **Vérifiez** qu'aucune information sensible n'est publiée : dates, heures de départ et de retour sur intervention, adresse précise, nombre de victimes, bilans des interventions...

• Ne postez **pas de photos de votre intervention** : seul le service de la communication et des affaires institutionnelles est autorisé à publier des prises de vues des opérations sur les médias sociaux !

• Évitez de citer **les noms des sapeurs-pompiers** présents avec vous, notamment par le biais du « tagage ».

De manière générale, n'écrivez pas sur vos comptes personnels ce que vous ne diriez pas sur une intervention !

SOYEZ PRUDENTS ET MESURÉS DANS VOS PROPOS



Les médias sociaux sont des lieux où toutes **les prises de parole sont publiques** ou en tout cas considérées comme telles par le juge. Tout le monde peut lire, participer, republier un message instantanément...

Même vos conversations à caractère personnel ou privé peuvent être relayées par d'autres comptes sans votre accord.

Sachez que ce que vous publiez aujourd'hui sera encore accessible pendant plusieurs années. **L'oubli numérique n'existe pas !**

Sur Internet comme ailleurs, les commentaires à **caractère injurieux, offensant, diffamatoire et raciste n'ont pas leur place.**

Comportez-vous sur les médias sociaux comme dans n'importe quel lieu social (une réunion, une soirée, un restaurant ...) et avec les mêmes règles de **savoir-vivre.**

Enfin, **n'utilisez pas le logo du SDIS de la Loire** pour illustrer votre **profil personnel.**

VÉRIFIEZ VOS PARAMÈTRES DE SÉCURITÉ ET DE CONFIDENTIALITÉ



- Ajustez vos paramètres de confidentialité pour **limiter l'accès de vos publications** à votre famille et vos amis. N'oubliez pas de les vérifier régulièrement, *Facebook* les modifie très souvent et sans préavis !

- Préférez **l'utilisation d'un pseudonyme** pour votre compte personnel. Attention, l'utilisation d'un pseudonyme ne permet pas de publier n'importe quoi et de s'affranchir des règles de la loi !

- Évitez d'utiliser **la géolocalisation.** Sur *Facebook*, la géolocalisation est activée automatiquement. Pensez également à désactiver la fonction

GPS de votre smartphone quand vous n'en avez pas besoin.

- Configurez votre compte afin de ne pas être **« tagué » automatiquement** sur les photos ou les statuts postés par d'autres utilisateurs.

- N'acceptez sur vos comptes personnels que les personnes **que vous connaissez.**

QUELQUES NOTIONS GÉNÉRALES

Médias sociaux

Parfois appelés « réseaux sociaux ».

Sites à l'accès restreint où chaque utilisateur possède un profil. Les membres y sont liés de façon bilatérale ou au travers de groupes.

Certains réseaux proposent des fonctionnalités plus sophistiquées (messagerie, publication, partage de contenus) ainsi que la possibilité d'héberger des applications tierces (plateforme...). Exemples : *Facebook, Twitter, Viadeo, LinkedIn, YouTube, Dailymotion*, etc.

E-reputation

Egalement appelée web-réputation, réputation digitale, réputation numérique, cyber-réputation...

Il s'agit de ce que l'on dit sur une organisation, une marque, un produit, ou même sur une personne, via les différents médias du net.

Une réputation ne se fabrique donc plus seulement dans les médias dits officiels (« mainstream médias »), à savoir presse écrite, TV, radio, mais aussi sur les nouveaux médias Internet.

Géolocalisation



Fonction disponible à partir d'un terminal mobile (tablette, téléphone portable...), souvent automatique, permettant de situer géographiquement une action ou un document (photo, article...).

EXEMPLES DE MÉDIAS SOCIAUX

Facebook



À l'origine un réseau social interne créé pour l'université Harvard qui s'est ensuite développé à d'autres universités pour s'ouvrir en 2007 à l'ensemble de la population. Ce média permet de publier et d'échanger des informations au sein de son réseau ou à un plus grand nombre. Il rassemble aujourd'hui environ 800 millions d'utilisateurs dans le monde.

Twitter



Site dit de « microblogging » qui permet aux abonnés de délivrer un message de 140 caractères maximum. Les liens vers des sites externes sont compris dans les 140 caractères : ils sont raccourcis automatiquement. Il est possible de diffuser des photos et de suivre les fils d'actualité des autres utilisateurs.

Calaméo



Plate-forme d'hébergement et de partage de publications numériques. Les fichiers PDF y sont transformés en magazine, catalogue ou rapport, qui peuvent être feuilletés en ligne.

Flickr



Site Internet d'hébergement et de partage d'images.

Instagram



Application pour smartphone qui permet de modifier l'apparence des images en y appliquant des filtres et de les partager avec d'autres utilisateurs. Ces derniers peuvent s'abonner à vos publications, commenter ou « liker » vos photographies.

LinkedIn



Viadeo



Ce sont des réseaux sociaux professionnels. Ils permettent de créer et de fédérer un réseau professionnel autour de son profil et de ses expériences. Ces sites sont souvent utilisés pour la recherche d'emploi.

Tumblr



Site de microblogging, il mixe les avantages d'un blog (texte, photos, vidéos...) et d'un outil comme *Twitter* en suivant les contenus publiés par d'autres utilisateurs et en partageant les billets.

Wikipedia



Ce site a pour slogan « *le projet d'encyclopédie librement distribuable que chacun peut améliorer* ». C'est un projet universel et multilingue, basé sur l'enrichissement apporté par les internautes.

Youtube



Dailymotion



Plates-formes d'hébergement et de diffusion de vidéos. Elles donnent également la possibilité de créer des « chaînes » pour suivre l'actualité d'un autre utilisateur.

QUELQUES TERMES TECHNIQUES

FACEBOOK

Ami : Personne avec laquelle vous êtes en lien et avec laquelle vous échangez du contenu. Pour cette mise en relation, vous devez accepter au préalable une demande.

Commentaire : Remarque publiée sur votre page par un de vos amis. Il est possible de désactiver les commentaires sur une page personnelle mais pas dans un groupe.

Bouton J'aime ou Like :  **J'aime**
Permet d'indiquer un avis positif sur un contenu, une page ou d'intégrer un groupe. Pour annuler cette action, revenir sur la page concernée et cliquer sur « Je n'aime plus ».

Mur / Timeline / TL : Espace de votre profil où s'affichent vos publications et celles de vos amis.

Fan Page : Elle permet à une institution, une entreprise ou une marque, de se

connecter avec d'autres personnes ayant un compte sur Facebook. Lorsque vous êtes fan d'une page, vous recevez sur votre fil d'actualité les nouvelles publications de la page concernée. Pour être fan d'une page, il faut cliquer sur le bouton « J'aime ».

Partager / Share : Mise à disposition sur son espace d'un contenu donné (article, image, commentaire, etc.). Le partage est l'un des principaux piliers du fonctionnement des réseaux sociaux.

Post / Publication : Contenu publié sur son mur (articles, photos, vidéos, etc.).

Taguer : « Étiqueter » une publication (texte, image, vidéo, etc.) de façon nominative ou géographique, de sorte qu'elle relie le contenu à une personne, un profil, un lieu.

TWITTER

Tweet : Du mot « gazouillis » en anglais. Message de 140 caractères maximum.

Twitto(s) : Terme utilisé pour désigner un (des) utilisateur(s) de Twitter.

@ ou Arobase : Caractère précédant le nom d'un compte Twitter, permettant d'interpeller un utilisateur dans un message.
Cf. @sdis42

RT ou retweet : Partager, faire suivre à ses abonnés un tweet d'un autre compte. La mention RT dans un message indique qu'il s'agit de la reprise d'un tweet. Équivalent du « transférer » des messageries électroniques.

Abonné / Follower : Utilisateur abonné à un fil Twitter.

ou Hashtag : Ce dièse placé devant un mot (sans espace) permet de le signaler comme mot-clé et d'identifier rapidement l'ensemble des tweets se référant à son sujet.

Cf. #pompiers ou #prevention.

Ce système de tag est également utilisé par les moteurs de recherche afin d'identifier le contenu des pages web.

Fil d'actualité / Timeline / TL : Ensemble des tweets d'un compte Twitter. Équivalent du « mur » sur *Facebook*.

DM ou Direct Message : Message privé envoyé directement à un membre de Twitter. Pour cela, les personnes doivent se suivre mutuellement.

5. COMMENT NOUS SUIVRE ?

Retrouvez-nous sur :

Site Internet : www.sdis42.fr

Facebook : www.facebook.com/Sapeurs.pompiers.loire

Twitter : www.twitter.com/sdis42

Youtube : www.youtube.com/sdis42

N'hésitez pas à relayer nos actualités !

Flashez-moi !



MENTIONS LÉGALES

CONCEPTION

Réalisation et impression : Service communication SDIS 42

Maquette : *Herrmann Florian*

Tous droits réservés - 2015.

SOURCES

- « Guide des médias sociaux »

Délégation de l'information et de la communication du ministère de la Défense (DICOD) - avril 2012.

- « Charte des bonnes pratiques sur les réseaux sociaux »

Division communication de l'École nationale des officiers de sapeurs-pompiers - mars 2013.

- « Médias sociaux : guide du bon usage »

Bureau communication de la Brigade des sapeurs-pompiers de Paris - avril 2013.

- « Les bonnes pratiques des réseaux sociaux »

Service communication de la préfecture de Police de Paris - décembre 2013.

- « Guide du bon usage des médias sociaux »

Division de la communication électronique du ministère de l'Intérieur - juillet 2014.

CONTACT

Service de la communication et des affaires institutionnelles

Tél. : 04 77 91 08 04 - **Courriel :** direction@sdis42.fr

SDIS de la Loire

8 rue du Chanoine Ploton - CS 50541

42007 Saint-Étienne Cedex 1

