

DIRECTION DE LA COMMUNICATION

# Les bonnes pratiques sur les médias sociaux **LE GUIDE**

Entrée



LE GROUPE LA POSTE

Ce document s'adresse à vous, collaborateurs du Groupe La Poste, dès lors que :

- vous participez ou souhaitez participer à des conversations sur Internet qui impliquent Le Groupe La Poste, ses marques, ses produits et services,
- vous contribuez à des conversations en ligne depuis votre lieu de travail ou à l'extérieur de l'entreprise,
- vous avez indiqué ou non votre appartenance au Groupe La Poste.

Ce guide pédagogique n'a d'autre vocation que de vous aider à comprendre et à mieux utiliser les médias et le web collaboratif dans son ensemble.

## Le web collaboratif, les réseaux sociaux : de quoi parle-t-on ?

Les médias sociaux permettent notamment de mettre en relation des individus dont **les centres d'intérêts sont communs**, en les amenant à coopérer en ligne, voire hors ligne. Ils offrent la possibilité à chacun d'exprimer son opinion, dans une conversation ou un débat, de **participer à un projet commun**. Les médias sociaux donnent ainsi à tout consommateur la possibilité de faire partager son **expérience** et sa **satisfaction** pour les produits ou services d'une entreprise. Les médias sociaux les plus connus aujourd'hui sont Facebook, Twitter, YouTube, Flickr, LinkedIn.



## Et les postiers dans tout ça ?

En tant que postiers, nous contribuons chaque jour à l'image et la réputation de La Poste : dans nos rencontres avec nos clients, dans nos conversations avec nos amis ou en famille, en partageant notre passion pour notre métier... et sur Internet lorsque nous nous exprimons sur les médias sociaux.

En tant qu'entreprise qui porte des valeurs de considération, d'honnêteté, de proximité, La Poste doit favoriser cette évolution des relations de manière utile et responsable.

**Utile**, car c'est une réelle opportunité d'engager une relation directe avec tous nos publics, de mieux comprendre leurs attentes, de mieux faire connaître notre entreprise et de renforcer la confiance qui nous lie à tous nos clients.

**Responsable**, car la liberté d'expression dont nous jouissons ne doit pas nous faire oublier les principes de loyauté, de confidentialité et de discrétion qui concernent tous les postiers.

# Sur Internet, soyez vous-même... en toute conscience

## Parlez en votre nom

Si vous vous identifiez (ou que vous êtes reconnu) comme collaborateur du Groupe

La Poste, vos propos contribuent à l'opinion que se font les internautes de notre entreprise, de ses produits et services, de ses marques.

Soyez clair sur le fait que vous exprimez votre opinion personnelle et non celle de l'entreprise.

**Parler de La Poste ne signifie pas parler au nom de La Poste.**

Seuls les porte-parole désignés par l'entreprise peuvent s'exprimer officiellement au nom du Groupe La Poste et de ses marques dans les médias (presse, télévision, radio ou médias en ligne).

## Soyez prudent

Les médias sociaux sont des lieux où **toutes les prises de parole sont publiques** ou en tout cas considérées comme telles. Tout le monde peut écouter, participer, republier un message, instantanément... Même vos conversations, qui ont un caractère personnel ou privé, peuvent être diffusées dans les médias sans votre accord.

Sachez que ce que vous publiez aujourd'hui sera encore accessible pendant plusieurs années.

Si vous avez publié des informations erronées, admettez-le et indiquez clairement que vous avez fait des corrections.

## Respectez et considérez vos contacts

Faites preuve de considération à l'égard des opinions personnelles d'autrui sur les sujets qui peuvent prêter à controverse, tels que la politique et la religion. D'une manière générale, respectez la vie privée des autres ; en particulier, ne diffusez pas d'information ou ne citez pas

de personnes liées à l'entreprise sans leur accord préalable.

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 ...), avec les mêmes règles de **savoir-vivre**. Gardez à l'esprit que vous partagez cet espace en ligne, comme dans votre vie professionnelle, avec votre manager, vos collègues, nos clients.



# Sur Internet, professionnel avant tout

## Soyez responsable

Avec les médias sociaux, les frontières entre vos vies publique, professionnelle et privée sont étroites.

En tant que postier, lorsque vous vous exprimez sur Internet, l'internaute peut rassembler beaucoup d'informations sur votre vie professionnelle : votre propre expérience, votre vision de l'entreprise, vos relations avec vos collègues ou vos responsables... Gardez à l'esprit que même dans le cadre de votre vie privée, vos propos impliquant le Groupe La Poste vous engagent tant vis-à-vis du Groupe qu'envers l'extérieur.

De même vos propos peuvent dans certains cas engager la responsabilité du Groupe (diffamation, dénigrement de produits d'un concurrent par exemple).

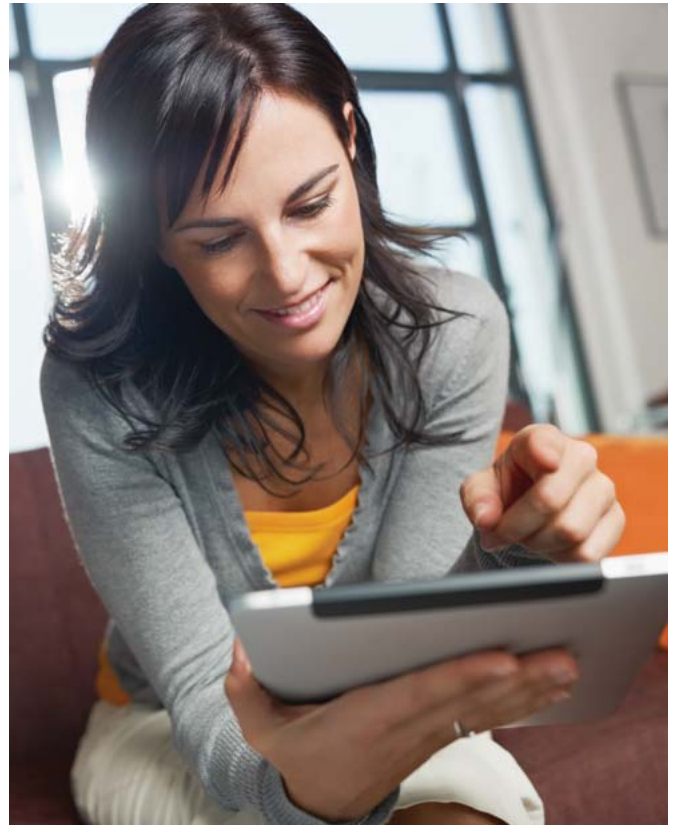
## Soyez vigilant au cadre légal

Comme pour toutes publications, veillez à **respecter les règles légales** relatives au droit d'auteur, droit des marques ainsi que le droit à l'image.

Ainsi, n'utilisez pas de logos, œuvres, vidéos, photographies de personnages / paysages... sans avoir préalablement obtenu l'autorisation des titulaires des droits de propriété intellectuelle en cause (droit d'auteur, droit de marque, etc.). De même, vous devez avoir obtenu l'autorisation préalable écrite de toute personne reconnaissable figurant sur une photographie (droit à l'image).

En outre, sur Internet, les règles internes et conventionnelles en vigueur au sein de La Poste s'appliquent (contrat de travail, règlement intérieur, charte informatique).

**C'est pourquoi, dans les médias sociaux comme ailleurs, ce que vous écrivez relève de votre responsabilité.**



## Respectez la confidentialité

Respectez la confidentialité des informations en votre possession (informations financières ou commerciales, données liées à la stratégie de l'entreprise, nom des partenaires, clients, fournisseurs, contrats etc).

En cas de doute sur la nature de ces données, ne les diffusez pas ou renseignez-vous au préalable auprès de votre responsable.

Ne citez pas, en référence, de clients, partenaires ou fournisseurs sans leur accord préalable écrit.

Ne faites jamais de commentaires relatifs à des questions juridiques, à un contentieux ou à une quelconque partie impliquée dans un litige.

# Sur Internet, partagez vos passions et votre expertise... en toute maîtrise

## Contribuez aux conversations de manière pertinente

Dialoguer sur Internet, c'est échanger avec des gens, **c'est aussi partager sa passion, son expertise**. Mieux vaut savoir de quoi on parle si on ne veut pas donner une mauvaise image de soi... et de La Poste. Assurez-vous de la pertinence, de la véracité et de l'exactitude de vos propos. La meilleure manière de participer est **d'intervenir dans des conversations sur des sujets que vous connaissez bien**.

## Protégez-vous, protégez les informations du Groupe La Poste

Pensez à activer les mécanismes de sécurité offerts par les environnements que vous utilisez. Après avoir utilisé une application ou votre compte, déconnectez-vous. Si vous affichez votre appartenance au Groupe La Poste sur les médias sociaux, veillez à protéger vos informations.

## Parlons-en !

Si vous prenez connaissance de commentaires, suggestions ou plaintes, vous pouvez rediriger l'internaute vers l'établissement concerné. Vous pouvez également l'orienter vers :

- **le site Internet de La Poste** (<http://www.laposte.fr/Service-Consommateurs>),
- **le compte Twitter @lusalaposte,**
- **ou la page officielle de La Poste sur Facebook** ([www.facebook.com/laposte](http://www.facebook.com/laposte)).

### Vous avez un doute ?

Vous n'êtes pas sûr de savoir si les informations professionnelles en votre possession sont confidentielles ?

Demandez-vous si le fait de les partager sur Internet pourrait nuire à l'entreprise et, dans le doute, parlez-en à votre manager, votre équipe communication ou une personne en charge de la sécurité de l'information au sein de votre Direction.

### Vous avez une question, une remarque...

N'hésitez pas à contacter **la Direction de la Communication du Groupe** en écrivant à **[medias-sociaux@laposte.fr](mailto:medias-sociaux@laposte.fr)** ou en vous rapprochant de ses équipes en région (**ANCI**)

