



Social media guidelines

Directives relatives aux réseaux sociaux

Date issued/ <i>Date de diffusion</i>	28 October 2020/ <i>28 octobre 2020</i>
Issued by/ <i>Directives publiées par</i>	Director Corporate Communication/ <i>Directeur du Pôle communication institutionnelle</i>
Issued under/ <i>Textes de référence</i>	Staff Regulation 29(a)(ii), Staff Regulation 5 Chapter II (Code of conduct, duties and obligations) <i>Manual of Staff Policies/</i> <i>Règlement du personnel, articles 29(a)(ii) et 5,</i> <i>Chapitre II (Code de conduite, devoirs et obligations),</i> <i>Recueil des politiques relatives au personnel</i>



1. Scope

- 1.1 These guidelines set out the responsibilities of **staff** communicating on social media.
- 1.2 The guidelines should be read together with any relevant SPC policies.

2. Definitions

- 2.1 The definitions in *Chapter I Purpose and Definitions* of the *Manual of Staff Policies* apply to these guidelines. In addition, the words in the following table apply.

Word	Definition
Corporate Communications	The team in SPC responsible for the development, oversight, monitoring of communications standards.
Divisional communications coordinator	A nominated staff member within division or programme with responsibility for communications for that division or programme.
Social media	<p>Social media consist of platforms and tools that enable people to easily and quickly publish, access or share information online. The immediacy and accessibility of social media are in contrast to the activities of traditional media such as newspapers, television and radio, which require much more time and resources to prepare and disseminate information.</p> <p>Social media platforms include:</p> <ul style="list-style-type: none">• connection platforms such as Twitter, Facebook, LinkedIn,• sharing platforms such as Instagram, YouTube, Tiktok• blogs, vlogs• discussion groups.

3. Formal SPC channels

- 3.1 SPC has established official channels on the following social media sites: Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, YouTube. Additional platforms are reviewed and will be added if appropriate.
- 3.2 All SPC's official social media channels are created, managed and moderated by **Corporate Communications**, and can be used by divisions or programmes to promote their work.

1. Champ d'application

- 1.1 Les présentes directives définissent les responsabilités des **agents** lorsqu'ils communiquent sur les réseaux sociaux.
- 1.2 Les présentes directives doivent être lues au regard de toute politique pertinente de la CPS.

2. Définitions

- 2.1 Outre les définitions figurant dans le Chapitre I Objet et définitions du Recueil des politiques relatives au personnel, les termes définis dans le tableau ci-dessous s'appliquent aux présentes directives.

Terme	Définition
Pôle communication institutionnelle	Équipe de la CPS chargée de l'élaboration, de la supervision et du suivi de la charte de l'Organisation en matière de communication.
Coordonnateur-riche de la communication – division	Agent-e qui, au sein d'une division ou d'un programme, est chargé-e des communications de cette division ou de ce programme.
Réseaux sociaux	<p>Les réseaux sociaux sont les plateformes et les outils permettant à chacun-e de publier, de consulter ou de partager rapidement et facilement des informations en ligne. L'instantanéité et l'accessibilité des réseaux sociaux tranchent avec le mode de fonctionnement des médias traditionnels, tels que la presse écrite, la télévision et la radio, qui nécessitent plus de temps et de ressources pour préparer et diffuser l'information.</p> <p>Les réseaux sociaux disponibles sont notamment :</p> <ul style="list-style-type: none">• les plateformes de mise en relation comme Twitter, Facebook ou LinkedIn ;• les plateformes de partage comme Instagram, YouTube ou Tiktok ;• les blogs et vlogs ;• les groupes de discussion.

3. Comptes officiels de la CPS

- 3.1 La CPS a créé des comptes officiels sur les réseaux sociaux suivants : Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram et YouTube. D'autres plateformes sont à l'étude et des comptes seront créés, le cas échéant.
- 3.2 L'ensemble des comptes officiels de la CPS sur les réseaux sociaux sont créés, gérés et modérés par le **Pôle communication institutionnelle** et peuvent être utilisés par les divisions ou les programmes pour la promotion de leurs travaux.

- 3.3 Any new social media channels must be approved by the Director Corporate Communications. Legacy social media accounts from older SPC projects or divisions are to be closed.

4. Communicating as SPC on social media

- 4.1 Only authorised staff are permitted to post on behalf of SPC or to communicate with the media (paragraph II.12.3 *Manual of Staff Policies; Instrument of delegations and authorisations*). This includes commenting on social media on behalf of SPC.
- 4.2 **Corporate Communications** offers training to authorised staff for use of official SPC social media platforms.
- 4.3 **Staff** who are authorised to comment on SPC's behalf are to:
- use their own identity, or official title
 - share or comment only on information that is publically available
 - ensure all content is accurate
 - comment only in their authorised area of expertise
 - ensure comments and postings respect SPC's commitment to gender equity, cultural diversity and human rights for all
 - respect laws relating to copyright, privacy, defamation, harassment and other relevant laws.
- 4.4 Any enquiries from the general media (press, radio, etc.) must be referred to **Corporate Communications** and to the relevant **divisional communications coordinator**.
- 4.5 Tips on using social media are at *Attachment A*.

5. Using social media in a personal capacity

- 5.1 SPC recognises that **staff members** may have their own personal social media accounts. **Staff members** are personally responsible for the content they publish in a personal capacity on any form of social media platform.

- 3.3 *Chaque création de compte sur les réseaux sociaux doit être approuvée par le-la Directeur-riche du Pôle communication institutionnelle. Les anciens comptes sur les réseaux sociaux appartenant à des projets ou à des divisions de la CPS qui n'existent plus doivent être fermés.*

4. Communiquer au nom de la CPS sur les réseaux sociaux

- 4.1 *Seuls les membres du personnel autorisés sont habilités à publier du contenu au nom de la CPS ou à communiquer avec les médias (paragraphe II.12.3 Recueil des politiques relatives au personnel ; Acte de délégation de pouvoirs et d'autorisations). Cela comprend la publication de commentaires sur les réseaux sociaux au nom de la CPS.*
- 4.2 *Le **Pôle communication institutionnelle** propose, aux membres du personnel autorisés, des formations à l'utilisation des comptes officiels de la CPS sur les plateformes de réseaux sociaux.*
- 4.3 *Les **membres du personnel** habilités à publier des commentaires au nom de la CPS doivent :*
- indiquer leur nom ou leur titre officiel ;*
 - ne partager ou ne commenter que des informations rendues publiques ;*
 - vérifier l'exactitude du contenu ;*
 - limiter leurs commentaires à leur domaine de compétence officiel ;*
 - s'assurer que les commentaires ou les contributions mis en ligne sont conformes aux engagements de la CPS en faveur de l'égalité de genre, de la diversité culturelle et du respect des droits de la personne pour toutes et tous ; et*
 - respecter la législation relative au droit d'auteur, au respect de la vie privée, à la diffamation, au harcèlement, ainsi que tout autre article de loi pertinent.*
- 4.4 *Toute demande émanant d'un média généraliste (presse, radio, etc.) doit être transmise au **Pôle communication institutionnelle** ainsi qu'au-la **coordonnateur-riche de la communication** de la division concernée.*
- 4.5 *L'annexe A donne des conseils sur l'utilisation des réseaux sociaux.*

5. Utilisation des réseaux sociaux à titre personnel

- 5.1 *La CPS reconnaît que les **agents** peuvent avoir des comptes personnels sur les réseaux sociaux. Ils sont personnellement responsables du contenu qu'ils publient en leur nom propre sur toutes les plateformes de réseaux sociaux, quelle qu'en soit la forme.*

- 5.2 SPC's *Code of Conduct* applies to a **staff member's** posts even when they are posting in a personal capacity. Their responsibility as a representative of SPC does not end when they leave the office.
- 5.3 When a **staff member** is posting in a private capacity on matters relevant to their work at SPC, it must be clear they are not representing the views of SPC. This can be done in the post or on the **staff member's** social media profile.

6. Code of conduct and social media

- 6.1 Chapter II *Code of conduct, duties and obligations* and XI *Workplace culture and behaviours* of the *Manual of Staff Policies* applies to **staff** in the performance of their duties, including posting on social media or communicating with media.
- 6.2 To abide by the *Code of Conduct*, **staff** should avoid posting material that:
- is political, inaccurate or biased;
 - could be construed as, threatening, harassing, or discriminatory;
 - may be defamatory;
 - would breach confidentiality or privacy obligations;
 - infringes copyright;
 - is unlawful; or
 - might damage the reputation of SPC, its members or its partners

7. Moderation SPC's social media platforms

- 7.1 SPC's sites are subject to moderation. Content or comments that are posted that contravene SPC's values, or are unlawful or offensive in any way, will be removed.

- 5.2 *Le Code de conduite de la CPS s'applique à toutes les publications des **agents**, même lorsqu'ils s'expriment en ligne à titre personnel. Leur responsabilité en tant que représentants de la CPS ne prend pas fin lorsqu'ils quittent leur bureau.*

- 5.3 *Lorsqu'un-e **agent-e** publie à titre personnel du contenu portant sur des domaines en lien avec son travail à la CPS, il doit être clair que ces propos ne sont pas représentatifs de la position officielle de la CPS. Une mention dans ce sens peut être intégrée à la publication ou apparaître dans le profil de l'**agent-e** sur le réseau social en question.*

6. Code de conduite et réseaux sociaux

- 6.1 *Les chapitres II – Code de conduite, devoirs et obligations et XI – Culture et comportements sur le lieu de travail du Recueil des politiques relatives au personnel s'appliquent aux **agents** dans l'exercice de leurs fonctions, y compris lorsqu'ils publient du contenu sur des réseaux sociaux ou lorsqu'ils communiquent avec les médias.*
- 6.2 *Afin de respecter le Code de conduite, les **agents** doivent éviter de publier du contenu :*
- inexact, tendancieux ou de nature politique ;*
 - qui pourrait être interprété comme une menace, du harcèlement ou de la discrimination ;*
 - susceptible d'être diffamatoire ;*
 - constituant une violation des obligations en matière de confidentialité ou de respect de la vie privée ;*
 - ne respectant pas le droit d'auteur ;*
 - illicite ; ou*
 - susceptible d'entacher la réputation de la CPS, de ses membres ou de ses partenaires.*

7. Modération des comptes de la CPS sur les réseaux sociaux

- 7.1 *Les comptes de la CPS sont gérés par un-e modérateur-ric. Tout contenu ou commentaire publié qui dérogerait aux valeurs de la CPS, ou se révélerait illégal ou offensant d'une quelconque manière sera supprimé.*

General tips on use of social media

Be Transparent: *If you talk about work related matters that are within your area of job responsibility, make clear your affiliation with SPC. You must state that the views expressed are your own. This should also be clear on your platform profile.*

Act responsibly and ethically: *When participating in online communities, do not misrepresent yourself. Do not post anything defamatory, libellous, vulgar, obscene, abusive, profane, threatening, racially or ethnically hateful or otherwise offensive or illegal information or material.*

Help promote our work: *the easiest way to help promote the work of SPC is by sharing and liking the material from the official SPC Social media accounts. Like and shares from @spc_cps, @spc_live, the SPC LinkedIn and the SPC Facebook Page are always appreciated and safe.*

Replace error with fact: *When you see misrepresentations made about SPC in social media, you may identify and correct the error. Always do so with respect and with the facts. When you speak to someone who has an adversarial position, make sure what you say is factual and respectful. Do not argue, just correct the record.*

Local posts can have global significance. *Social media is global. Even if you are responding or engaging locally, every post has the potential to be picked-up and shared around the world. Assume what you post is being read everywhere.*

The Internet is permanent. *Once information is published online, it is essentially part of a permanent record, even if you "remove/delete" it later or attempt to make it anonymous. If your complete thought, along with its context, cannot be squeezed into a character-restricted space (such as Twitter), provide a link to an online space where the message can be expressed completely and accurately*

Internal Numbers: *Non-public financial or operational information should never be shared. This includes strategies, estimates and most anything with a dollar-figure attached to it. If it is not already public information, it is not your job to make it so.*

Conseils d'ordre général pour l'utilisation des réseaux sociaux

Faites preuve de transparence. *Si vous abordez des questions professionnelles en lien avec le domaine dans lequel vous travaillez, précisez bien que vous êtes un·e agent·e de la CPS. Vous devez faire savoir que les opinions exprimées sont les vôtres. Cela doit également être indiqué clairement dans le profil que vous avez créé sur la plateforme concernée.*

Agissez de façon responsable et éthique. *Lorsque vous rejoignez des communautés en ligne, ne mentez pas sur votre identité. Ne postez aucun contenu diffamatoire, calomnieux, vulgaire, obscène, injurieux, blasphématoire, menaçant, incitant à la haine raciale ou ethnique, ou autrement offensant, ni aucune information ou documentation illégale.*

Contribuez à la promotion de nos travaux. *Pour faire connaître le travail de la CPS, le plus simple est de partager les publications des comptes officiels de la CPS sur les réseaux sociaux et d'interagir sur ces publications (bouton « J'aime »). Les interactions et les partages des comptes Twitter @spc_cps et @spc_live, du compte LinkedIn et de la page Facebook de la CPS sont toujours les bienvenus et ne présentent aucun risque.*

Corrigez les erreurs en mettant en avant des faits. *Lorsque vous voyez des informations erronées circuler au sujet de la CPS sur les réseaux sociaux, vous avez la possibilité de les détecter et de les corriger. Procédez toujours dans le plus grand respect et en avançant des faits. Lorsque vous vous adressez à quelqu'un qui n'a pas la même opinion que vous, restez factuel·le et courtois·e. Évitez toute controverse, contentez-vous de corriger la publication.*

Les publications locales peuvent avoir une portée mondiale. *Les réseaux sociaux sont consultés dans le monde entier. Même si vous réagissez à une publication ou dialoguez avec quelqu'un à l'échelle locale, chaque publication peut être reprise et partagée n'importe où dans le monde. Partez du principe que votre publication sera consultée partout.*

Une publication sur Internet ne disparaît jamais. *Dès lors qu'une information est publiée en ligne, elle est enregistrée de manière définitive, même si vous la retirez ou la supprimez ultérieurement, ou si vous essayez de la rendre anonyme. Si votre pensée, assortie de son contexte, ne peut pas être exprimée de manière exhaustive sur une plateforme où le nombre de caractères est limité (par exemple Twitter), publiez un lien vers un espace en ligne dans lequel le message pourra être fidèlement retranscrit dans sa totalité.*

Données chiffrées internes. *Les informations relatives aux finances ou aux opérations qui n'ont pas été rendues publiques ne doivent jamais être partagées. Cela comprend les stratégies, les estimations et tout montant chiffré de manière générale. Si ces informations sont encore confidentielles, ce n'est pas à vous de les rendre publiques.*

Legal Information: Anything to do with internal legal issues, legal cases, contracts, disputes or agreements should never be posted on social media.

Personal Information: Never share personal information about SPC staff, members, partners or donors.

When in doubt, do not post. Ultimately, you bear sole responsibility for what you post. Exercise sound judgment and common sense, and if there is any doubt, **DO NOT POST IT**

Informations juridiques. Il ne faut jamais publier sur les réseaux sociaux des informations relatives à des questions juridiques, à des procédures judiciaires, à des contrats, à des différends ou à des accords d'ordre interne.

Renseignements personnels. Ne partagez jamais de renseignements personnels relatifs à des agents, des membres, des partenaires ou des bailleurs de fonds de la CPS.

En cas de doute, abstenez-vous de publier. Au bout du compte, vous êtes seul-e responsable de vos publications. Faites preuve de discernement et de bon sens et, en cas de doute, **NE PUBLIEZ PAS.**