



Politique sur les médias sociaux

ALPINE CANADA ALPIN

RÉVISION : MAI 2021

CONSUELO ZAYAS

Politique

Objet

La présente politique a pour objet de veiller à ce que les messages publiés sur les médias sociaux par tout participant associé à Alpine Canada Alpin (ACA) soient conformes au Code de conduite d'ACA et représentent fidèlement l'image de marque d'ACA.

Application de la politique

Cette politique s'applique à tous les participants d'ACA tels qu'ils sont définis dans la section 2.0 – Définitions, i. Participants (i. – i. à vi.), du Code de conduite d'ACA.

Les participants qui ont une page personnelle ou un compte sur les médias sociaux doivent respecter les directives ci-dessous concernant leur association à ACA. Les participants seront tenus responsables de ce qu'ils écrivent ou publient sur les médias sociaux ou les pages Internet. Tout propos incendiaire, commentaire non professionnel ou propos désobligeant fait à l'endroit de l'organisation ou de ses employés, de ses clients, de ses fournisseurs ou de ses concurrents peuvent entraîner des mesures disciplinaires pouvant aller jusqu'au licenciement.

Cette politique couvre toutes les formes de médias sociaux. Les médias sociaux comprennent, entre autres, les activités suivantes :

- Maintenir un profil personnel sur un réseau social ou d'affaires (p. ex., LinkedIn, Instagram Facebook, Shutterfly, Twitter, Instagram, Snap Chat, Vimeo ou MySpace);
- Partager du contenu (y compris sur Flickr et YouTube);
- Faire des commentaires sur des blogues ou d'autres plateformes de réseautage social à des fins personnelles ou professionnelles;
- Faire des évaluations de produits ou de services sur les sites de détaillants ou de partenaires;
- Participer à des sondages ou à des votes en ligne;
- Participer à des discussions sur des forums Web publics et privés;
- Pages Wikipédia.

Principes directeurs

Les médias sociaux offrent la possibilité aux gens de réunir des communautés en ligne ayant des intérêts communs ainsi que de créer, de partager et de consommer du contenu tout en constituant des profils personnels et en forgeant un public d'admirateurs partout sur la planète. La bonne utilisation des médias sociaux constitue un outil puissant de communication et de promotion d'une marque ou d'une idée. À l'inverse, lorsque les médias sociaux sont mal utilisés, cela peut nuire à la réputation d'une organisation ou d'une personne, et même avoir des répercussions négatives sur leur génération de revenus.

Utilisation appropriée des médias sociaux

- Suivre les commanditaires et vos coéquipiers pour faire connaître vos pages et démontrer votre appui.
- Célébrer les réalisations de vos coéquipiers et l'excellence sportive.
- Souhaiter bonne chance à vos coéquipiers; encourager des athlètes en signe d'appui.
- Faire des commentaires de manière positive sur vos performances, votre forme physique ou votre entraînement.

- Partager votre enthousiasme à propos d'événements à venir.
- Exprimer votre gratitude envers des participants.
- Soutenir vos commanditaires personnels et ceux d'ACA en les étiquetant et en les mentionnant dans vos messages.
- Demander conseil en cas de doute sur une publication ou un gazouillis.
- Échanger de façon positive avec vos fans.
- Étiqueter ACA dans vos messages pour étendre votre marque et élargir votre public.

Utilisation inappropriée des médias sociaux

- Ne pas publier de commentaires négatifs concernant une entreprise, un produit ou une marque. Cette règle s'applique même si l'entreprise n'est pas un commanditaire (car elle pourrait éventuellement le devenir).
- Ne pas publier de commentaires au sujet d'une entreprise qui fait concurrence à l'un des partenaires corporatifs d'ACA. Même si vous aimez beaucoup cette marque, les partenaires corporatifs sont sensibles à ce genre de messages, peu importe le contexte dans lequel il est publié.
- Ne pas publier de commentaires négatifs sur vos pairs.
- Ne pas publier de commentaires négatifs au sujet d'ACA. Cela concerne le personnel, les événements, l'organisation en général, les sélections d'équipe, les sélections de compétitions, la politique de l'équipe ou la stratégie de l'équipe.
- Ne pas transmettre d'information médicale à votre sujet ou ayant trait à un autre athlète avant d'avoir consulté la gestionnaire des communications d'ACA. Les renseignements médiatiques ne seront communiqués par ACA qu'une fois que l'équipe médicale aura confirmé la blessure. L'information sera transmise de concert avec l'équipe médicale d'ACA, l'athlète et la direction de l'équipe.
- Ne pas faire de commentaires qui pourraient être interprétés comme nuisibles pour le sport.
- Ne pas publier d'information sur les rencontres d'équipe.
- Ne pas publier de commentaires négatifs portant sur la race, la sexualité, le sexe, les capacités, la religion ou la culture.
- Ne pas publier de photos ni de commentaires indécents, vulgaires ou obscènes.
- Ne pas publier de vidéo à l'intérieur du lieu d'une course.
- Ne pas appuyer ou promouvoir des produits à des fins commerciales qui entrent en conflit avec les commanditaires actuels d'ACA. Ce point touche particulièrement les entreprises ou les produits qui ne sont pas couverts par les commandites traditionnelles, comme il est mentionné dans le contrat de l'athlète.
- Ne pas publier de photos de vous-même ou de coéquipiers portant des vêtements à l'effigie d'ACA avec des commanditaires conflictuels (p. ex., porter une casquette NewEra avec un vêtement Helly Hansen).
- Ne pas créer de groupes sur les médias sociaux liés à votre statut de participant d'ACA et à l'une de ses équipes.

Dépôt d'une plainte

Toute infraction à la présente politique doit être signalée au tiers indépendant d'ACA en suivant la procédure décrite dans la section 4.0 – Politique de gestion des plaintes et de discipline du Code de conduite d'ACA.