

# POLITIQUE GÉNÉRALE DE L'UNINE EN MATIÈRE DE RÉSEAUX SOCIAUX

---

*Pour les collaborateurs UniNE*

## Démarche générale

### 1.1 Corps central, unités, collaborateurs

L'Université de Neuchâtel (UniNE) est présente à titre officiel sur un certain nombre de réseaux sociaux dont la liste ne saurait être ni figée ni exhaustive. Les recommandations qui suivent s'adressent aux collaborateurs de l'UniNE qui sont amenés à y publier et à y interagir.

L'UniNE en tant qu'institution et marque déposée est représentée sur les réseaux sociaux par le Service de communication. Mais toute unité (faculté, institut, laboratoire, chaire, service etc.) de l'UniNE est libre d'y être également active.

Le cas échéant, le Service de communication doit néanmoins en être informé afin de pouvoir garder une vue d'ensemble et promouvoir les différentes présences UniNE.

Les collaborateurs souhaitant diffuser à leur compte un sujet lié à l'Université de Neuchâtel le font en ayant à l'idée que le principe du secret de fonction s'applique également aux médias sociaux, ainsi que le devoir de réserve et de loyauté envers l'employeur.

### 1.2 Références

#### Charte de l'Université de Neuchâtel

La charte de L'Université de Neuchâtel offre un cadre global à la démarche qui doit être celle des membres de la Communauté universitaire sur les réseaux sociaux comme dans tout autre domaine. Elle fait foi et prévaut, notamment pour ce qui est des valeurs essentielles qu'elle stipule :

L'Université de Neuchâtel vise à défendre l'esprit critique et les valeurs citoyennes ; elle s'engage à servir les besoins de l'être humain et de la société.

L'Université de Neuchâtel fonde sa mission sur des valeurs que l'ensemble de sa communauté s'engage à respecter : l'exigence et la qualité qui supposent la créativité, la liberté qui implique la responsabilité.

On trouve l'ensemble du document à cette adresse :

[http://www2.unine.ch/files/content/sites/unine/files/Universite/Direction%20et%20services/CHARTE\\_UniNE.pdf](http://www2.unine.ch/files/content/sites/unine/files/Universite/Direction%20et%20services/CHARTE_UniNE.pdf)

#### Cadre légal

Outre la Charte de l'Université, les considérations légales sont à prendre en compte.

Chacun doit :

- Respecter les conditions générales d'utilisation qui régissent les interactions entre les utilisateurs et chaque plateforme.

- Respecter la législation relative à la propriété intellectuelle, que ce soit en matière de texte, de photo, de vidéo ou d'audio (respect du droit d'auteur).
- Respecter la protection des données (interdiction de diffuser sur le web des informations touchant à la sphère privée sans l'accord express des personnes concernées).
- Ne pas tenir de propos à caractère diffamatoire, discriminatoire, raciste, sexiste, homophobe, agressif, provocant ou injurieux ni des propos contraires à l'ordre public, aux bonnes mœurs ou aux lois en vigueur.
- Ne pas effectuer de publication dont le but est commercial ou lucratif. La promotion d'objets ou d'événements académiques ou culturels est possible.
- Ne pas effectuer de publication qui poursuivrait un but de prosélytisme religieux ou politique.

## 2. Principes de base

### 2.1 Identification

Les différentes présences des unités de l'UniNE sur les réseaux sociaux doivent être clairement indiquées comme officielles. La mention « Université de Neuchâtel » doit impérativement être présente dans le titre, sous l'une des formes suivantes :

- Laboratoire XX, Université de Neuchâtel
- Laboratoire XX - Université de Neuchâtel
- Laboratoire XX (Université de Neuchâtel)
- Laboratoire XX de l'Université de Neuchâtel

La présence du logo n'est pas imposée.

### 2.2 Style et ton

Sur les réseaux sociaux, le ton est moins institutionnel que sur d'autres vecteurs. Le style d'expression est souvent plus direct, plus spontané, plus superficiel aussi, parfois humoristique. Néanmoins, il ne faut pas perdre de vue l'exigence de rigueur et de crédibilité nécessaire à l'image de l'Université. Chaque publication doit contribuer à entretenir l'image et l'«e-réputation» de l'UniNE.

Il convient de veiller à respecter la frontière entre publication institutionnelle et opinion privée pour qu'un avis personnel ne puisse pas être perçu comme une position officielle de l'institution.

### 2.3 Rigueur éditoriale

- Vérifier toute information, chiffrée ou non.
- Prudence : en cas de doute sur un propos, une réponse, une image, il est indispensable de consulter un interlocuteur compétent (bien renseigné), voire le service de communication, avant publication.
- En cas de publication erronée, la corriger rapidement et admettre son erreur.

### 2.4 Photos et vidéos

Photos et vidéos doivent être en principe publiées avec l'accord des personnes qui y figurent. Dans la mesure du possible, lors des prises d'images, il convient de demander l'autorisation des personnes concernées et de les informer de la destination de ces images (réseaux sociaux, matériel promotionnel UniNE etc.).

Les personnes apparaissant sur les photos publiées ne doivent pas être taguées (identification des personnes sur les images). A moins que la personne concernée en ait donné l'autorisation écrite (par mail ou courrier).

Il est impératif de donner suite dans le délai le plus court possible à toute demande de retrait d'une image provenant d'une personne qui se sent lésée par celle-ci.

## 2.5 Signatures

Le responsable d'une page ou d'un compte ne signe pas chacune de ses publications, mais son nom peut être mentionné dans la rubrique « à propos » qui accompagne chaque plateforme.

Les collaborateurs portent l'entière responsabilité de tout ce qu'ils peuvent publier sur les médias sociaux liés à l'UniNE ou sur leurs comptes personnels.

Les photos (en particulier les galeries) et vidéos réalisées par des collaborateurs de l'UniNE peuvent être signées du nom de leur auteur.

## 2.6 Confidentialité

Les collaborateurs UniNE sont responsables de la confidentialité des mots de passe qu'ils détiennent (systèmes de contrôle d'accès, stockage etc.)

## 2.6 Veille, surveillance et réponses

Les collaborateurs UniNE agissant sur les réseaux sociaux surveillent ou font surveiller quotidiennement les contenus des pages qu'ils gèrent

- pour répondre aux messages et autres demandes
- afin de réagir rapidement en cas d'interactions problématiques

Toute publication et tout commentaire extérieurs relevant de spams publicitaires ou de publications promotionnelles n'ayant aucun rapport avec le monde académique doivent être supprimés au plus vite.

Les réseaux sociaux visent au dialogue et à l'interaction. L'Université de Neuchâtel est ouverte à toutes les réactions, positives ou négatives, si elles ne sont pas dénigrantes, insultantes, relevant de fausses informations ou de la mauvaise foi. En cas de non-respect de cette clause (attaques ou fausses déclarations), les collaborateurs UniNE ne doivent pas répondre hâtivement, ni impulsivement, mais de façon mesurée et responsable. Le Service de communication est à disposition pour les conseiller quant à la meilleure réponse à apporter.