



POLITIQUE DE COMMUNICATION NUMÉRIQUE

Club de canoë kayak de Pointe-Claire

Juillet 2020

Table des matières

1 – Mise en contexte	3
2 – Outils de communication	3
2.1 – Site Web.....	3
2.2 – Infolettre.....	4
2.3 – Envois par courriel.....	4
2.4 – Page Facebook.....	5
2.5 – Page Instagram.....	5
3 – Rôles et responsabilités	6
3.2 – Création, approbation et diffusion du contenu.....	6
3.3 – Vigie et gestion de communauté.....	7
4 – Ligne éditoriale	7
4.1 – Contenus couverts.....	7
4.2 – Bilinguisme, ton et niveau de langue.....	7
4.3 –Commandites.....	8
5 – Utilisation des visuels	8
5.1 – Photos et vidéos.....	8
5.2 – Logo et image de marque.....	9
6 – Processus d’approbation	9
6.1 – Communications stratégiques.....	9
6.2 – Résultats des compétitions.....	9
3. – Activités du Club et autres nouvelles.....	10
7 – Vigie et modération	10
7.1 – Tours de garde.....	10
7.2 – Respect de la nétiquette.....	10
7.3 – Gestion des situations délicates.....	10
Annexe I – Conseils de création de contenus	11
Annexe II – Bonnes pratiques de la gestion de communauté	13
Annexe III – Nétiquette	15

1 – Mise en contexte

La présente politique de communication numérique vise à guider le **Club de canoë kayak de Pointe-Claire** (ci-après le « **Club** ») dans ses communications sur le Web et les médias sociaux ainsi qu’au moyen de son infolettre et des courriels. Elle est liée et assujettie à la politique de communication de la Ville de Pointe-Claire.

Ces plateformes de communication doivent être gérées avec jugement, dans le respect des règles d’éthique municipale, de manière positive et pour préserver l’image de la Ville.

Le Club est responsable de la mise en œuvre de cette politique.

Dans cette politique, le masculin est employé sans aucune discrimination et dans l’unique but d’alléger le texte.

2 – Outils de communication

Les outils de communication visés par la présente politique comprennent le site Web (incluant la plateforme iVolunteer), l’infolettre, la page Facebook et le compte Instagram du Club ainsi que les courriels envoyés aux parents, athlètes et bénévoles.

Toute plateforme additionnelle devra faire l’objet d’un addenda.

2.1 – Site Web

Le site Web du Club est au centre des communications et est l’outil à privilégier pour communiquer des informations aux parents, athlètes et bénévoles. Les informations qui peuvent y être véhiculées sont :

- Les renseignements sur les différents programmes (horaires et tarifs);
- Les dates des inscriptions;
- Les dates importantes et les événements;
- Les détails sur les compétitions (paiement, logistique, hébergement, etc.);
- Les détails sur les camps d’entraînement (trousse d’information, formulaires, etc.);
- Les programmes d’entraînement;
- Les annonces publiques d’intérêt général reliées au Club, à ses installations, aux entraîneurs ou aux athlètes;
- Les résultats des compétitions;
- Les détails sur les compétitions organisées par le Club;
- Le recrutement de bénévoles;

- Les éléments visuels (photos et vidéos) respectant les critères définis dans la section *Utilisation des visuels*;
- Le logo de partenaires privés, selon les ententes établies et entérinées par la direction de la Ville de Pointe-Claire;
- Les politiques du Club.
- Achats de vêtements ou activités du club via le magasin du site Web.
- Liens vers les politiques des fédérations ainsi que les programmes pour athlètes.

2.2 – Infolettre

Il est fortement recommandé au début de chaque saison que tous les athlètes, leurs parents et les bénévoles s'inscrivent à l'infolettre du Club. Le contenu de l'infolettre doit être succinct et inclure des hyperliens vers les pages pertinentes du site Web.

Les informations pouvant être communiquées par l'infolettre sont :

- Les dates des inscriptions;
- Les annonces sur les compétitions et les résultats;
- Les annonces publiques d'intérêt général reliées au Club, à ses installations, aux entraîneurs ou aux athlètes;
- Les activités spéciales et les événements;
- Les appels au recrutement de bénévoles;
- Les changements de dernière minute;
- Les dates importantes à retenir;
- Les liens vers des annonces ou informations importantes des fédérations;
- Le logo de partenaires privés, selon les ententes établies et entérinées par la direction de la Ville de Pointe-Claire.

2.3 – Envois par courriel

Chaque destinataire doit avoir indiqué qu'il accepte de recevoir des communications de la part du Club en cochant la case prévue à cet effet dans le formulaire d'inscription dûment remis au Club en début de saison. Un suivi assidu des inscriptions et désinscriptions aux listes de contact est requis de manière systématique et régulière pour en garantir la validité.

Les informations pouvant être communiquées par courriel sont :

- Les dates des inscriptions;
- Les rappels concernant des formulaires manquants;
- Les rappels concernant les paiements;
- Les renseignements au sujet de compétitions;
- Des informations d'ordre général sur la nature des activités du Club.

Toute autre information (sondage, enjeu public, commandite, etc.) devant être communiquée par courriel aux athlètes, aux parents et aux bénévoles, doit au préalable être approuvée par la direction de la Ville de Pointe-Claire.

Les envois par courriel du Club sont gérés par les gestionnaires de la Ville. Advenant une situation où un courriel devait être envoyé par un représentant des communications du Club, les procédures ci-dessus s'appliqueraient également.

2.4 – Page Facebook

La page Facebook, créée au nom du Club, est un excellent véhicule pour diffuser l'information du Club, favoriser son rayonnement et soutenir l'engouement des jeunes et de leurs parents.

La page Facebook est un vecteur de communication permettant de diffuser :

- Les dates des d'inscriptions;
- Les annonces de compétition;
- Les annonces publiques d'intérêt général reliées au Club et à ses installations;
- Les renseignements utiles aux différents programmes (lien au site Web);
- Les appels au recrutement de bénévoles (lien à iVolunteer);
- La présentation d'athlètes et d'entraîneurs;
- Les nouvelles d'actualité sur le canoë et kayak de vitesse, les athlètes et les entraîneurs;
- Les nouvelles sur d'anciens athlètes et entraîneurs;
- Les activités spéciales et les événements;
- Des éléments visuels respectant les critères définis dans la section *Utilisation des visuels*;
- Les annonces de partenaires privés, selon les ententes établies et entérinées par la direction de la Ville de Pointe-Claire.

Les photos d'athlètes, de compétitions, d'événements et de nouvelles doivent respecter les critères définis dans la section *Utilisation des visuels*.

2.5 – Page Instagram

Le compte Instagram, créé au nom du Club, (PCCKC_CCKPC) est lié à la page Facebook. L'utilisation des mots-clics (hashtag) est encouragée.

3 – Rôles et responsabilités

3.1 – Administration des outils de communication

Les personnes suivantes peuvent être responsables de gérer les outils de communication du Club :

- L'administrateur du Club, responsable des communications;
- Un deuxième administrateur du Club et/ou un membre du service des communication de la Ville;
- Tout bénévole, désigné par l'administrateur du Club, responsable des communications.

Pages Facebook et Instagram – Ces personnes sont les seules ayant le rôle d'« administrateur » de la page Facebook. Toute autre personne nécessitant l'accès à la page Facebook du Club pour diffuser du contenu devra être ajoutée comme « Éditeur » (en opposition avec le rôle d'administrateur ayant davantage de droits).

Site Web – L'administrateur du Club, responsable des communications, ainsi qu'une deuxième personne désignée ont le rôle d'« administrateur » sur la plateforme Weebly. Toute autre personne nécessitant l'accès au site Web du Club pour diffuser du contenu devra être ajoutée comme « Éditeur ».

Infolettre – L'administrateur du Club, responsable des communications, est le « gestionnaire du compte » et les autres personnes assument le rôle d'« administrateur » pour leur permettre de diffuser du contenu.

iVolunteer – L'administrateur du Club, responsable des communications, est l'« administrateur principal » et les autres personnes assument le rôle d'« administrateur » pour leur permettre de créer et gérer des événements.

3.2 – Création, approbation et diffusion du contenu

Tout employé de la Ville, bénévole, parent ou athlète peut proposer du contenu de communication du Club.

C'est l'administrateur du Club, responsable des communications, qui autorise le contenu qui sera diffusé et les plateformes choisies. C'est aussi lui qui diffuse ou

transfère l'information pour diffusion à l'une des personnes autorisées à gérer les outils de communication.

Tout membre du Club a le devoir de respecter la confidentialité des renseignements détenus par le Club et ne doit pas divulguer d'information privée ou des données confidentielles et stratégiques. Le Club peut exiger la modification ou le retrait de propos, renseignements ou autre publiés sur les médias sociaux par ses membres.

3.3 – Vigie et gestion de communauté

La vigie des commentaires, des messages reçus et les réponses aux questions sur les médias sociaux, ainsi que toute demande d'entrevue des médias et de communiqués de presse sont sous la responsabilité de l'administrateur du Club responsable des communications. Il peut se faire aider par les personnes désignées au point 3.1 pour gérer les communications et par des parents et athlètes majeurs bénévoles. Les parents bénévoles et athlètes majeurs impliqués devront avoir consulté le présent document et auront l'obligation de rapporter tout élément sensible ou toute question reçue à l'administrateur du Club responsable des communications.

4 – Ligne éditoriale

4.1 – Contenus couverts

Chaque contenu publié sur le site Web, les médias sociaux ou dans l'infolettre aux listes de contacts du Club doit être strictement et exclusivement lié aux sujets suivants :

- Les programmes et les activités du Club;
- Les services et les installations du Club;
- Les annonces au sujet des compétitions;
- L'actualité du canoë et kayak de vitesse et des athlètes de ce sport.

Pour la liste exhaustive des types de contenu pouvant être diffusés sur chaque outil de communication, se référer à la section « Outils de communication ».

4.2 – Bilinguisme, ton et niveau de langue

Les textes diffusés doivent être d'un niveau de langue standard et être exempts de fautes de grammaire et d'orthographe. En français, le vouvoiement est de mise.

La courtoisie est primordiale dans tous les échanges publics. Aucun propos, commentaire, remarque de nature sexiste, raciste, religieuse et discriminatoire, de tout ordre, n'est tolérée, de même qu'aucune attaque personnelle.

Chaque contenu doit être diffusé dans les deux langues, en français d'abord. Cependant le contenu provenant de source externe et unilingue n'a pas obligation d'être traduit. Dans ce cas, il est préférable de simplement référer vers le lien de l'organisme et de mentionner qu'il s'agit d'une référence externe unilingue, en précisant le nom de l'organisme.

4.3 –Commandites

La Ville, par son responsable désigné, autorise et approuve les demandes de publicité ou de commandite du Club. De la même manière, la Ville autorise et approuve la tenue d'activités de collecte de fonds dans ses installations.

L'identification textuelle et visuelle des commanditaires du Club dans les outils de communication numériques doit respecter les ententes établies et entérinées par la direction de la Ville de Pointe-Claire.

Les commanditaires personnels des athlètes ne peuvent être représentés dans les outils de communication numériques du Club ni sur l'uniforme de course des athlètes. (Voir la politique de commandite du Club).

La Ville se réserve le droit de refuser tout message, publicité, commandite, qui par sa nature, porte atteinte à l'image ou à la mission de la Ville.

5 – Utilisation des visuels

L'utilisation de visuels est essentielle et principalement sur les médias sociaux où il est démontré que des publications imagées performant mieux. Toutefois, les photos et vidéos sont soumises à des règles bien strictes sur le respect de la personne, les droits d'auteur et les droits à l'image.

5.1 – Photos et vidéos

Chaque photo ou vidéo partagée sur les médias sociaux ou utilisée sur le site Web du Club doit être respectueuse de chaque personne impliquée, être libre de droits et de bonne qualité.

Les photos doivent respecter l'intégrité morale et physique des personnes. Elles doivent être préalablement l'objet d'une autorisation totale et complète (intégrée au formulaire d'inscription) de chaque personne et libre de droits.

Aucune photo ou vidéo contenant du matériel de nature sexiste, raciste ou discriminatoire n'est tolérée, de même qu'aucune attaque personnelle, et aucune image dans des positions suggestives, irrespectueuses ou désobligeantes.

Chaque individu se retrouvant sur une photo ou une vidéo partagée dans les outils de communication doit avoir au préalable autorisé le Club en cochant la case prévue à cet effet dans le document d'inscription reçu et en bonne et due forme.

De plus, les photos et vidéos diffusées ne doivent pas porter préjudice au Club, à ses membres, aux installations du Club ou à la Ville de Pointe-Claire.

5.2 – Logo et image de marque

L'utilisation des logos du Club et de la Ville de Pointe-Claire doit respecter les normes graphiques établies. Les deux logos doivent se retrouver sur toutes les plateformes de communication.

6 – Processus d'approbation

6.1 – Communications stratégiques

Pour toute communication importante en lien avec le Club ou les déclarations officielles :

1. L'administrateur du Club responsable des communications rédige le message;
2. Le président ou le vice-président du Club approuve le message;
3. L'administrateur du Club responsable des communications diffuse le message.

L'administrateur du Club responsable des communications peut déléguer cette responsabilité à un parent bénévole désigné.

6.2 – Résultats des compétitions

Pour la diffusion des résultats de compétition :

1. Les entraîneurs présents aux compétitions colligent les résultats et les font parvenir à l'administrateur du Club responsable des communications;
2. L'administrateur du Club responsable des communications rédige, traduit et publie le message.

3. – Activités du Club et autres nouvelles

Pour toute autre nouvelle, l'administrateur du Club responsable des communications rédige le contenu et diffuse le message.

7 – Vigie et modération

7.1 – Tours de garde

Une ressource doit être raisonnablement disponible pour assurer une vigie des médias sociaux. Pour faciliter cette tâche, il est possible de recevoir des alertes sur un téléphone intelligent pour toute activité sur la page Facebook. Il faut réagir dans les meilleurs délais aux alertes reçues et répondre aux questions et commentaires publiés.

Ce mandat appartient aux quatre gestionnaires des outils de communication du Club.

7.2 – Respect de la netiquette

Les personnes responsables d'accomplir la vigie et de diffuser les réponses et commentaires ont la responsabilité de faire respecter la netiquette (disponible en annexe).

7.3 – Gestion des situations délicates

Toute situation délicate, question et propos tendancieux ou irrespectueux, ou publication de photos inappropriées doit être rapportée immédiatement à l'administrateur responsable des communications et aux gestionnaires de la Ville, qui prendront les mesures nécessaires pour gérer la situation.

Annexe I – Conseils de création de contenus

La performance d'une page Facebook est tributaire du temps et des ressources qu'on y investit, mais aussi d'une foule de critères en lien avec la création et la publication des contenus. Voici une liste de conseils pour augmenter la performance de la page.

Rester concis

Les publications courtes performent mieux. Il est recommandé de rédiger des interventions brèves, en sachant que le texte doit être diffusé en français et en anglais.

Intégrer un appel à l'action

Pour susciter l'engagement des abonné(e)s, intégrez un appel à l'action dans vos textes. Vous pouvez les inciter à cliquer sur le lien, à partager ou encore à commenter en leur posant une question. Si les abonnés interagissent avec votre publication, vous aurez un meilleur référencement sur Facebook.

Utiliser des visuels attrayants

Tout en respectant les balises de la politique de communication numérique, assurez-vous d'ajouter des visuels de bonne qualité et libres de droits.

Réagir à l'actualité

Que ce soit en partageant un article d'actualité accompagné d'un commentaire éditorial ou une photo en profitant de la tendance du moment, il est important de s'inspirer de l'actualité pour créer le contenu destiné aux médias sociaux. Il est toujours plus facile de se joindre à une conversation existante que d'en commencer une de son côté. Il est important de rester pertinent et de ne pas oublier la mission de notre organisation.

Publier aux heures d'affluence

Les premières heures d'une publication sont importantes pour lui assurer une diffusion optimale. Assurez-vous de publier lorsque vos abonnés sont connectés. Bien que ces données changent pour chaque communauté, les jours de semaines entre 11 h et 15 h sont une bonne période pour les adultes, ou encore lors de la tenue des compétitions. Pour les jeunes, pensons notamment à l'horaire scolaire. Faites des tests puis observez

les moments qui performent le mieux. Il est aussi possible de programmer une publication afin qu'elle soit diffusée à un moment spécifique.

Annexe II – Bonnes pratiques de la gestion de communauté

Les médias sociaux doivent uniquement être utilisés comme un outil de diffusion de contenu et d'observation parce qu'il peut s'y dire une foule de choses au sujet de votre organisation.

Vigie

Une bonne vigie permet d'identifier les occasions d'intérêts et les crises potentielles.

FACEBOOK

Voici une liste d'éléments à surveiller régulièrement :

- Les commentaires sous les publications;
- Les messages privés reçus;
- Les avis laissés par les visiteurs ou par les abonnés.

WEB

Recherche sur les sites web liés au milieu des activités nautiques, notamment ceux de CKC, CKQ, ESIM, INS Québec, pages des Championnats canadiens et autres Clubs.

Modération

En bâtissant une communauté engagée, il arrive que l'on voie apparaître des abonnés très favorables à son organisation qui, en plus d'être des ambassadeurs hors pair, pourraient prendre la défense de l'organisation si une crise venait à éclater dans les médias sociaux.

Une autre façon d'avoir une image favorable sur les médias sociaux est de répondre rapidement et de façon courtoise à toutes questions ou demandes qui sont adressées à l'organisation.

Les règles dont il faut se rappeler

Respect des abonnés

Peu importe la plateforme, certaines personnes cherchent la confrontation, que ce soit en posant des questions fallacieuses ou en commentant systématiquement tout ce qui est publié avec des messages négatifs. Il est important de ne pas envenimer la situation et de réagir avec respect.

L'approche suggérée est de clore rapidement la discussion en utilisant un message clé qui n'invite pas à poursuivre la conversation ou à rediriger la personne vers une source d'information externe. Si l'abonné s'entête à chercher le conflit, il est recommandé de ne pas réagir à ses interventions pendant un ou deux jours (et moins si celles-ci débordent vers d'autres publications). On pourra, au besoin, lui indiquer qu'il a obtenu la réponse à sa question.

Gestion des commentaires défavorables

Il est important de prendre chaque commentaire au sérieux et de ne pas supprimer un commentaire qui déplaît. La personne qui s'en rendrait compte pourrait dénoncer l'organisation pour son manque de transparence et d'honnêteté.

Encore une fois, il est recommandé de préparer ses messages clés et rétablir les faits erronés de manière respectueuse. Si un commentaire ne respecte pas la nétiquette, il est possible de le supprimer. Il est recommandé que cette nétiquette soit disponible sur notre page en guise de référence et d'avertissement.

Multiple gestionnaires

Bien qu'il soit important d'être vigilant sur les accès de nos médias sociaux, il est recommandé que plusieurs personnes de confiance puissent gérer les plateformes de l'organisation pour assurer la continuité de leur gestion lors d'absence de gestionnaires.

Annexe III – Nétiquette

La nétiquette peut être utilisée comme référence pour justifier la suppression ou le bannissement de certains abonnés qui ont fait des commentaires déplacés sur une page Facebook. Elle assure que les échanges soient faits dans le respect.

Elle est disponible dans la description de la page Facebook.

Voici un exemple de nétiquette qui peut être utilisé.

Proposition

Bienvenue sur la page du Club de canoë kayak de Pointe-Claire.

Afin de garder les échanges courtois et le climat respectueux, nous vous prions de bien vouloir prendre connaissance de la nétiquette. Par respect pour tous, nous nous accordons le droit de retirer certains commentaires et de bloquer l'accès à ceux qui pourraient contrevenir aux normes de bonne conduite et de respect.

Règles d'utilisation :

- Utiliser un langage et un ton respectueux dans les commentaires et les questions ;
- Ne pas tenir de propos injurieux, diffamatoires, malveillants, menaçants, violents ou discriminatoires, qu'il s'agisse de mots, d'images, d'émoticônes ou d'émojis;
- Respecter la vie privée en ne publiant ni n'évoquant une information confidentielle, par exemple des renseignements personnels;
- Aucune sollicitation, quelle qu'elle soit, n'est permise, pas plus que tout commentaire publié à répétition;
- Les messages doivent respecter les lois et ne doivent ni suggérer ni encourager des activités illégales;
- L'information publiée doit être exacte, véridique et conforme;
- Les échanges doivent se dérouler dans les deux langues officielles, soit en français ou en anglais.

Pour s'assurer que les abonnés aient accès à un espace d'échange respectueux et ouvert, le Club modère les commentaires créés et partagés sur sa page. Les propos tenus par les utilisateurs leur appartiennent et ne sont en aucun cas endossés par le Club.

Le Club se réserve le droit de modifier cette nétiquette sans préavis.