



Politique :	Médias sociaux	Numéro de politique :	CPL 226
Catégorie :	Conformité	Date d'entrée en vigueur :	1 ^{er} avril 2023
Applicabilité :	Amérique du Nord et Amérique centrale	Date d'examen/de révision :	

Politique :

La présente politique s'applique à tous les employés d'Hôtels Fairmont (la « Société »). La visée et les dispositions de la présente politique s'appliquent à tous les employés, à moins qu'elles ne contreviennent à une convention collective, ou à une loi, une règle ou une réglementation locale.

La présente politique a été mise en place pour aider les employés à comprendre leurs responsabilités et la façon dont ils doivent se comporter lorsqu'ils utilisent les médias sociaux, que ce soit au travail ou à des fins personnelles, si cette utilisation est liée de quelque façon que ce soit aux activités de la Société ou lorsque les employés s'identifient sur les médias sociaux comme des employés de la Société. Ces médias comprennent, sans s'y limiter, toute forme de publication en ligne (y compris sur nos réseaux internes), comme les blogues rédigés par les employés et ceux que les employés commentent, les outils de blogue en direct comme Twitter, les réseaux sociaux comme Facebook et Instagram, les réseaux professionnels comme LinkedIn, les wikis et le contenu généré par les utilisateurs, y compris les vidéos et les fichiers audio comme YouTube ou TikTok, qui sont repérables et retraçables.

La Société croit que les médias sociaux peuvent stimuler les occasions d'affaires et soutenir les efforts de perfectionnement professionnel de ses employés. Toutefois, la Société est également consciente que les médias sociaux ne seront pas utilisés exclusivement à des fins professionnelles. Par conséquent, vous trouverez ci-dessous la politique et les procédures de la Société concernant l'utilisation des médias sociaux. La non-conformité à la présente politique peut entraîner des mesures disciplinaires pouvant aller jusqu'au congédiement.

Procédures :

Tous les employés doivent agir avec intégrité et faire preuve d'éthique. Lorsqu'ils utilisent les adresses de courriel ou les comptes de médias sociaux de la Société, ou lorsqu'ils s'identifient comme employés de cette dernière, les employés doivent s'abstenir de publier des renseignements ou tout autre contenu qui contreviennent à la législation ou à la réglementation locale, provinciale ou fédérale en vigueur. Les employés ne sont pas autorisés à fournir des références officielles sur les médias sociaux pour d'autres employés, y compris des références sur Facebook et LinkedIn. Toute demande de références officielles doit être adressée à l'équipe Talent et culture. Toute publication sur les médias sociaux à partir des comptes et des réseaux de la Société ou fournis par celle-ci font l'objet d'une surveillance conformément à la politique sur la sécurité de l'information des Services technologiques. Si un employé a des doutes sur la légitimité d'une publication en ligne, il doit demander l'approbation de la direction avant de procéder.

Responsabilité personnelle

Tous les employés sont personnellement responsables du contenu qu'ils publient en ligne. Il est important de ne pas oublier qu'une fois publié en ligne, le contenu des publications est conservé de manière permanente, et ce, même si la publication est supprimée ultérieurement, ou si l'on tente de la rendre anonyme.

Les publications associant le site Web de la Société à un employé pourraient suggérer que l'employé agit au nom de la Société. Lorsque l'adresse de courriel ou les comptes de médias sociaux de la Société pour interagir en ligne, toutes les activités sont publiques et les employés seront tenus pleinement responsables de toute activité. Les employés ne doivent utiliser que les médias sociaux approuvés (c.-à-d. qu'ils ne sont pas autorisés à utiliser des médias sociaux personnels) pour mener à bien les activités de la Société. Sans l'approbation de la Société, les médias sociaux ne doivent pas être utilisés pour organiser des réunions d'affaires, communiquer avec des clients au sujet de transactions précises ou chercher de l'information sur des employés actuels ou potentiels afin de prendre une décision d'emploi.

Les publications sur la page personnelle d'un employé ne doivent jamais être imputées à la Société et ne doivent pas donner l'impression d'avoir été approuvées ou créées par la Société. Si un employé choisit d'indiquer son employeur sur un média social, toutes les publications sur ce réseau doivent être conformes à la présente politique.

La Société exige que tous les employés fassent preuve de discernement et de bon sens pour éviter que les médias sociaux ne deviennent une distraction au travail et n'interfèrent avec celui-ci. À moins que l'utilisation des médias sociaux ne fasse partie des fonctions du poste d'un employé, celui-ci ne doit pas en faire usage hors des périodes de repas et de repos, et seulement de manière accessoire pendant les heures de travail.

Les gestionnaires doivent éviter les situations susceptibles de compromettre leur capacité à diriger ou à prendre des décisions objectives en matière de gestion, ou qui pourraient nuire à la culture de la Société et garder cela à l'esprit lorsqu'ils envoient ou acceptent des invitations sur les médias sociaux. Tout employé peut rejeter l'invitation d'un autre employé sans crainte de représailles.

Transparence

Les employés doivent toujours faire preuve de transparence lorsqu'ils interagissent au sein d'une communauté en ligne liée à la Société. Il est interdit aux employés d'utiliser des pseudonymes ou de se faire passer pour quelqu'un d'autre lorsqu'ils publient du contenu lié à la Société. Les employés qui publient du contenu en ligne lié à leur travail doivent utiliser leur vrai nom, préciser qui ils sont et indiquer qu'ils travaillent pour la Société. À moins qu'un employé n'ait reçu l'autorisation de son chef de département, il ne doit pas mentionner ou sous-entendre dans ses publications sur les médias sociaux qu'il est autorisé à parler au nom de la Société ou que cette dernière a révisé ou approuvé le contenu de la publication. Si cela ne ressort pas clairement du contenu ou du contexte, l'employé doit préciser : « Les opinions exprimées dans cette publication sont les miennes. Elles n'ont pas été révisées ni approuvées par Hôtels Fairmont. » De plus, si les publications sur les médias sociaux promeuvent les produits ou services de la Société (c.-à-d. qu'elles partagent des opinions, des croyances, des conclusions ou des expériences concernant les produits ou services de la Société), l'employé doit divulguer son nom et son poste au sein de la Société.

Pour s'assurer que l'entreprise communique avec la presse de façon cohérente, opportune et professionnelle au sujet de questions liées à la Société, les employés, y compris les gestionnaires et les dirigeants, doivent s'adresser à l'équipe des relations publiques ou au directeur général avant de répondre à toute demande de renseignements d'un journaliste ou des médias au sujet de leurs activités sur les médias sociaux liée à la Société.

Porte-parole en ligne

Lorsque la Société souhaite communiquer publiquement en tant qu'entreprise, seules les personnes officiellement désignées par la Société ont l'autorisation de parler au nom de cette dernière. Tous les employés qui souhaitent représenter officiellement la Société en ligne doivent être nommés par le directeur général de leur hôtel ou, s'il s'agit d'un employé du siège social, par le vice-président du département concerné.

Les porte-paroles officiels de la Société sur les médias sociaux doivent s'assurer que le contenu de leurs publications est exact et véridique, et que ces dernières ne révèlent pas de renseignements confidentiels et exclusifs ou de secrets commerciaux de la Société. Si le contenu d'une publication, ainsi que son contexte, ne peut être exprimé en respectant la limite de caractères imposée (comme cela peut être le cas sur Twitter), fournir un lien vers un espace en ligne où le message peut être rédigé dans son intégralité. Si des liens sont utilisés pour faire référence à d'autre contenu en ligne, il est préférable d'utiliser des liens passifs qui dirigent l'utilisateur du site de la Société vers le site tiers d'origine où le contenu est affiché.

Respect des lois sur les droits d'auteur et l'usage raisonnable

Les employés ne doivent pas revendiquer la propriété intellectuelle d'autrui. Lorsque les employés veulent utiliser du contenu protégé par des droits d'auteur, ils doivent obtenir l'autorisation d'utiliser ce contenu et mentionner l'auteur dans la publication. Les employés ne peuvent pas utiliser du contenu protégé par des droits d'auteur, des marques de commerce, des droits à la protection de la personnalité ou d'autres droits d'autrui sans les autorisations nécessaires du ou des titulaires des droits en question. Il est essentiel que les employés se conforment aux lois régissant les droits d'auteur et l'usage raisonnable du matériel d'autrui protégé par les droits d'auteur. De plus, les employés ne doivent pas utiliser le logo, la marque de commerce ou les éléments visuels exclusifs de la Société (collectivement, la propriété intellectuelle ou la « PI ») à des fins commerciales, comme la vente ou la publicité de tout produit ou service, sans le consentement écrit de la Société. Les employés ne doivent pas utiliser la propriété intellectuelle de la Société dans leurs publications, à moins qu'ils ne publient officiellement au nom de la Société. Les employés ne doivent pas non plus utiliser la propriété intellectuelle de la Société d'une manière qui suggère qu'ils représentent la Société ou qui contrevient aux politiques de la Société.

Renseignements exclusifs et confidentiels

Tous les employés doivent protéger les renseignements confidentiels, personnels et exclusifs en tout temps. Par conséquent, les employés ne doivent pas divulguer ou utiliser les renseignements confidentiels ou exclusifs de la Société ou ceux de toute autre personne ou entreprise sur les réseaux sociaux. Par exemple, les employés doivent demander la permission avant de divulguer des stratégies de marketing confidentielles, des ouvertures d'hôtel n'ayant pas encore été annoncées, des communications privilégiées entre un avocat et son client, des renseignements personnels de clients permettant d'identifier ces derniers et d'autres renseignements confidentiels, exclusifs ou relevant du secret commercial.

De même, les employés ne doivent jamais commenter les renseignements financiers confidentiels de la Société, comme les prévisions de la Société, ses plans d'affaires ou ses perspectives de développement. Cela comprend les déclarations concernant des renseignements confidentiels relatifs à un trimestre ou les prévisions pour les trimestres à venir, ou encore des renseignements confidentiels concernant des partenariats, et s'applique à tous, y compris aux analystes, à la presse et toute autre personne (p. ex., des amis).

Les clients, fournisseurs et partenaires ne doivent pas être mentionnés ou faire l'objet d'une référence évidente (même anonymement) sans leur approbation. Ne jamais divulguer le nom d'un client, d'un fournisseur ou d'un partenaire sans autorisation et ne jamais discuter des renseignements confidentiels ou personnels concernant un client ou une entente contractuelle. De plus, le blogue ou le réseau social d'un employé *n'est pas* l'endroit approprié où mener des activités confidentielles avec un client.

Respect d'autrui

Étant donné que la Société est une organisation mondiale dont les employés et les clients partagent un éventail varié de coutumes, de valeurs et de points de vue, il va de soi que l'utilisation d'un langage discriminatoire ou harcelant, d'obscénités, de menaces, d'un langage violent ou d'une conduite similaire est strictement interdite. La façon dont un employé répond à une question en ligne peut être exacte dans certaines régions du monde, mais inexacte (ou même illégale) dans d'autres. Les employés doivent également respecter la vie privée des clients en n'enregistrant pas leurs conversations et en n'effectuant pas de captures d'écran des échanges en ligne avec ces derniers.

La Société peut exiger qu'un employé supprime des publications ou du contenu susceptibles de présenter un risque juridique ou financier, ou encore de porter atteinte à la réputation de la Société, comme ceux qui peuvent constituer du harcèlement, du harcèlement sexuel, de l'intimidation ou potentiellement contrevenir à la réglementation en matière de sécurité. La Société peut exiger qu'un employé supprime une publication même si l'utilisation des médias sociaux de ce dernier se limite à son temps personnel et à un compte n'appartenant pas à la Société.

Signalement de toute violation et utilisation abusive des médias sociaux

Les employés peuvent signaler une mauvaise utilisation des médias sociaux à leur département de Talent et culture ou au Service d'assistance éthique. Il incombe à l'hôtel et aux dirigeants de la Société de gérer le rendement des employés conformément à la Politique sur les mesures correctives de la Société.

La Société interdit de prendre des mesures négatives contre tout employé ayant signalé une potentielle violation de la présente politique ou ayant coopéré dans le cadre d'une enquête. Tout employé qui exerce des représailles contre un autre employé parce qu'il a signalé une potentielle violation à la présente politique ou coopéré dans le cadre d'une enquête fera l'objet de mesures disciplinaires pouvant aller jusqu'au congédiement.

La Société a le droit de demander, à son entière discrétion, que les employés limitent temporairement leurs activités sur les médias sociaux ayant un lien direct avec des questions non liées à la Société si elle juge que cela est nécessaire pour assurer la conformité à la réglementation en matière de sécurité ou à d'autres lois.

Ressources pertinentes :

Charte d'éthique et de responsabilité sociale d'entreprise
Charte des médias sociaux d'Accor

Politiques connexes :