Lignes directrices de l'Université Laurentienne sur les médias sociaux

Version	1.0
Date de création	2026-05-21
Date de mise à jour	2026-05-21
Auteur	Département de la stratégie numérique (digitalstrategy@laurentian.ca)

Objet

Les présentes lignes directrices s'appliquent à tous les comptes officiels de médias sociaux de l'Université Laurentienne, y compris ceux gérés par les facultés, les écoles, les départements, les unités, les clubs et les programmes affiliés. Elles ont pour but de protéger l'intégrité de la marque institutionnelle, d'assurer l'accessibilité et la conformité, et de maintenir la continuité lors des transitions de personnel. L'utilisation personnelle des médias sociaux n'est pas visée par ces lignes directrices.

1. Avant de créer un nouveau compte **2**

1.1. Un nouveau compte est-il réellement nécessaire ? 2

1.2. Approbation requise 3

2. Configuration du compte et continuité **3**

2.1. Utiliser une adresse courriel partagée du département, jamais une adresse personnelle 3

2.2. S'assurer que plusieurs personnes disposent d'un accès administrateur 4

2.3. Inscrire le compte dans un registre central 4

2.4. Stocker les identifiants de manière sécurisée 4

2.5. Planifier les transitions 4

3. Nommage et image de marque **5**

3.1. Noms de compte 5
3.2. Images de profil 5
3.3. Sections Bio / À propos 5
4. Normes de contenu 6
4.1. Ton et voix 6
4.2. Considérations bilingues 6
4.3. Accessibilité 6
4.4. Inclusivité 6
5. Quoi publier (et quoi ne pas publier) 7
5.1. Généralement approprié 7
5.2. À éviter 7
5.3. Communications de crise 7
6. Engagement et gestion de la communauté 8
6.1. Réponses aux commentaires et messages 8
6.2. Abonnements et engagement 8
6.3. Identifications et mentions 8
7. Conformité et protection de la vie privée 9
7.1. LAIPVP (Loi sur l'accès à l'information et la protection de la vie privée) 9
7.2. LCAP (Loi canadienne anti-pourriel) 9
7.3. Conditions d'utilisation des plateformes 9
7.4. Droit d'auteur et propriété intellectuelle 9
8. Performance et reddition de comptes 10
8.1. Retrait d'un compte 10
8.2. Questions et soutien 10

1. Avant de créer un nouveau compte

La création d'un nouveau compte officiel sur les médias sociaux constitue un engagement à long terme. Avant d'en lancer un, tenez compte de ce qui suit :

1.1. Un nouveau compte est-il réellement nécessaire ?

Souvent, la meilleure approche consiste à **publier par l'entremise d'un compte Laurentien existant** (la page principale de l'université, la page de votre faculté ou un autre canal établi) plutôt que de fragmenter les auditoires sur de multiples comptes. Les nouveaux comptes se disputent une attention limitée et finissent fréquemment par être négligés.

Raisons pouvant justifier un nouveau compte :

- L'auditoire est nettement différent de celui des comptes existants (p. ex., futurs étudiants vs anciens vs étudiants actuels)
- La cadence de contenu est suffisamment élevée pour soutenir un canal distinct (au moins 2 à 3 publications par semaine)
- Du temps de personnel dédié est engagé pour la gestion continue, et non comme responsabilité « à côté de l'essentiel »
- L'identité de la marque ou du programme est clairement distincte des comptes parents aux yeux de l'auditoire

Raisons qui **ne justifient pas** un nouveau compte :

- Campagnes ponctuelles ou initiatives de courte durée
- Le désir d'« avoir une présence » sans plan de contenu
- Éviter la coordination avec l'équipe centrale des communications

1.2. Approbation requise

Tout nouveau compte officiel de médias sociaux doit être approuvé par le Département de la stratégie numérique (digitalstrategy@laurentian.ca) avant d'être créé. Soumettez une demande par courriel comprenant les éléments suivants :

- Nom et identifiant (handle) proposés
- Plateforme(s)
- Auditoire ciblé et en quoi il diffère des canaux existants

- Plan de contenu et fréquence de publication
- Noms du personnel et coordonnées des personnes qui géreront le compte
- Plan de relève et de remplacement en cas de vacances, de congés et de transitions

2. Configuration du compte et continuité

Cette section est essentielle. Le défaut de continuité est la raison la plus fréquente pour laquelle des comptes institutionnels sont perdus, verrouillés ou piratés. Suivez ces pratiques sans exception.

2.1. Utiliser une adresse courriel partagée du département, jamais une adresse personnelle

Lors de la création du compte, utilisez une boîte courriel partagée ou générique du département (p. ex., digitalstrategy@laurentian.ca, recruitment@laurentian.ca ou une adresse partagée propre à l'unité). N'utilisez pas une adresse courriel personnelle de la Laurentienne, comme jdoe@laurentian.ca, comme adresse principale du compte.
Cette pratique protège le compte si la personne quitte l'université, prend un congé prolongé ou change de rôle. Les comptes liés à des adresses courriel individuelles deviennent fréquemment inaccessibles lors d'un roulement de personnel, et leur récupération auprès de la plateforme peut prendre des semaines, voire échouer complètement.

2.2. S'assurer que plusieurs personnes disposent d'un accès administrateur

Au minimum :

- Le compte doit compter **au moins deux administrateurs actifs** en tout temps, idéalement trois
- Les administrateurs doivent être membres du personnel ou du corps professoral (et non des étudiants, contractuels ou employés temporaires)
- Lorsqu'un administrateur quitte son rôle ou l'université, son accès doit être retiré immédiatement, et un remplaçant doit être ajouté

2.3. Inscrire le compte dans un registre central

Tous les comptes officiels doivent être enregistrés auprès du Département de la stratégie numérique (digitalstrategy@laurentian.ca) afin que l'institution maintienne une liste maîtresse. Le registre devrait inclure :

- La plateforme, l'identifiant et l'URL
- Le département ou l'unité responsable
- L'adresse courriel partagée associée au compte
- Les noms des administrateurs actuels

2.4. Stocker les identifiants de manière sécurisée

Les mots de passe et codes de récupération doivent être stockés à un endroit accessible aux administrateurs énumérés ci-dessus, par exemple un dossier Google Drive partagé avec des permissions de partage strictes. Ne partagez jamais les mots de passe par courriel, clavardage ou notes manuscrites.
Activez l'**authentification à deux facteurs (A2F)** sur chaque compte. Utilisez l'adresse courriel partagée ou une méthode d'authentification partagée à laquelle tous les administrateurs ont accès, et non le téléphone mobile d'une seule personne.

2.5. Planifier les transitions

Lorsqu'une personne ayant accès au compte quitte ses fonctions ou change de rôle :

- Son accès administrateur doit être révoqué **au plus tard lors de son dernier jour**
- Un administrateur remplaçant doit être ajouté à l'avance
- Les mots de passe devraient être changés dans le cadre du processus standard de départ
- Le registre central doit être mis à jour

3. Nommage et image de marque

3.1. Noms de compte

- Utilisez le format « laurentian[Nom de l'unité] » ou « lu[Nom de l'unité] » pour rattacher clairement le compte à l'université
    - Exemples :
    - laurentianrecruitment
    - luvoyageursmsoc
- Pour les comptes francophones, utilisez « laurentienne[Nom de l'unité] » ou « ul[Nom de l'unité] »
- Évitez les abréviations ou acronymes internes que les auditoires potentiels ne reconnaîtraient pas
- Les identifiants devraient être cohérents d'une plateforme à l'autre dans la mesure du possible

3.2. Images de profil

- Utilisez uniquement les éléments d'identité visuelle, logos, couleurs de marque et images approuvées de la Laurentienne
- Les photos de profil doivent être de haute résolution et adaptées à la plateforme (bien intégrées dans le format carré ou circulaire de l'icône, avec des marges sécuritaires)
- Les images de couverture et bannières doivent respecter les normes de marque et ne pas contenir de renseignements obsolètes (dates, slogans liés à d'anciennes campagnes)
- Communiquez avec le Département du marketing (marketing@laurentian.ca) pour obtenir les éléments de marque et lignes directrices approuvés en vigueur

3.3. Sections Bio / À propos

- Identifiez clairement le compte comme un canal officiel de l'Université Laurentienne
- Incluez un lien vers la page Web pertinente de la Laurentienne
- Si vous souhaitez afficher plusieurs liens, envisagez de créer un Linktree

4. Normes de contenu

4.1. Ton et voix

- Professionnel, chaleureux et inclusif, à l'image de la communauté laurentienne
- Conversationnel lorsque cela convient, mais représentant toujours l'institution
- Évitez le sarcasme, l'humour controversé ou tout contenu pouvant être mal interprété

4.2. Considérations bilingues

À titre d'institution bilingue, les comptes officiels de la Laurentienne devraient :

- Publier en anglais et en français lorsque le contenu intéresse un large auditoire, soit par des publications séparées, soit par des publications bilingues uniques regroupant les deux langues
- Maintenir des comptes distincts en français lorsque l'auditoire le justifie
- Coordonner avec l'équipe de traduction du Département des communications (translation@laurentian.ca) pour assurer la qualité des traductions si l'auteur ne maîtrise pas la langue de publication, et non recourir à une traduction automatique

4.3. Accessibilité

Tout contenu doit respecter les normes d'accessibilité (applicables sous la LAPHO de l'Ontario) :

- **Texte de remplacement (alt text)** sur chaque image et graphique, décrivant le contenu visuel significatif pour les lecteurs d'écran
- **Sous-titres ou transcriptions** sur chaque vidéo
- **Casse chameau pour les mots-clics** (p. ex., « #LaurentienneU » plutôt que « #laurentienneu ») afin que les lecteurs d'écran puissent les analyser
- Évitez de vous fier uniquement à la couleur pour transmettre du sens
- Évitez l'usage excessif d'émojis ou les émojis qui se traduisent mal pour les lecteurs d'écran

4.4. Inclusivité

- Utilisez un langage inclusif (p. ex., « tout le monde » plutôt que « les gars »)
- Faites preuve de discernement lorsque vous publiez au sujet d'étudiants ; obtenez leur consentement avant d'identifier ou de mettre en vedette des personnes, surtout sur des photos où elles sont reconnaissables

5. Quoi publier (et quoi ne pas publier)

5.1. Généralement approprié

- Promotion de programmes, témoignages d'étudiants, réalisations du corps professoral
- Faits saillants de la recherche, prix et reconnaissances
- Événements, échéances et renseignements institutionnels importants
- Engagement communautaire, portraits d'anciens
- Contenu en coulisses (avec consentement)

5.2. À éviter

- **Renseignements confidentiels ou non publiés** : modifications de prix, décisions internes, dossiers de RH, détails financiers
- **Renseignements sur les étudiants** : noms, photos, notes ou détails identifiables sans consentement explicite (conformité à la LAIPVP)
- **Appuis ou commentaires politiques** sur des enjeux politiques partisans, sauf s'ils s'inscrivent dans la position institutionnelle officielle de l'université
- **Opinions personnelles présentées comme des positions institutionnelles**
- **Contenu réactif lors de crises ou d'événements sensibles** sans coordination avec le Bureau des communications (communications@laurentian.ca)
- **Matériel protégé par le droit d'auteur** sans licence appropriée (images, musique, extraits vidéo)
- **Contenu mettant en scène de vraies personnes sans leur consentement**

5.3. Communications de crise

En cas de crise, de controverse ou d'événement négatif important :

- **Ne publiez pas** au nom de votre unité sans d'abord coordonner avec le Bureau central des communications (communications@laurentian.ca)
- Suspendez le contenu programmé si cela est approprié
- Dirigez les demandes des médias ou du public vers le Bureau des communications (communications@laurentian.ca)

- Attendez le message institutionnel avant de répondre sur les médias sociaux

6. Engagement et gestion de la communauté

6.1. Réponses aux commentaires et messages

- Répondez aux demandes légitimes dans un délai d'un jour ouvrable, lorsque cela est possible
- Adoptez un ton professionnel, même en réponse aux commentaires négatifs
- Ne supprimez pas les commentaires négatifs à moins qu'ils ne violent les normes communautaires de la plateforme (discours haineux, harcèlement, pourriel) ; la suppression peut envenimer la situation
- Masquez plutôt que de supprimer lorsque c'est faisable (cela est moins perceptible pour l'auteur de la publication)
- Signalez les cas de harcèlement, de menaces ou de plaintes sérieuses au Département de la sécurité du campus (security@laurentian.ca), selon le cas

6.2. Abonnements et engagement

- Les comptes officiels devraient généralement suivre les autres comptes de la Laurentienne et les principaux partenaires institutionnels
- Évitez de suivre les comptes personnels d'individus à partir de comptes institutionnels ; gardez les comptes suivis pertinents au sujet
- Faites preuve de prudence avant d'aimer ou de partager du contenu qui pourrait être interprété comme un appui institutionnel à un tiers

6.3. Identifications et mentions

- Obtenez le consentement avant d'identifier des étudiants ou des membres de la communauté dans des publications
- Pour le personnel et le corps professoral, l'identification est généralement appropriée s'ils disposent d'un profil institutionnel ou professionnel
- Identifiez les institutions et organisations partenaires de manière appropriée

- Lorsque cela est possible et pertinent, invitez les comptes connexes à collaborer à votre publication ; cela permettra à celle-ci d'apparaître à la fois sur votre fil de profil et sur celui du compte collaborateur. (Par exemple, si votre publication porte sur un événement réalisé en collaboration avec un autre département ou une autre association, vous pouvez collaborer avec son compte pour une publication croisée.)

7. Conformité et protection de la vie privée

7.1. LAIPVP (Loi sur l'accès à l'information et la protection de la vie privée)

- Les dossiers et renseignements personnels des étudiants sont protégés en vertu de la LAIPVP
- Ne partagez pas en ligne de renseignements concernant des étudiants sans consentement documenté
- Les formulaires de consentement pour l'utilisation de témoignages, de photos ou de citations d'étudiants doivent être conservés par l'unité

7.2. LCAP (Loi canadienne anti-pourriel)

- Les médias sociaux échappent généralement à la portée de la LCAP, mais l'envoi en masse de messages directs promotionnels à des abonnés peut déclencher des obligations en vertu de la LCAP. Consultez le Département des communications (communications@laurentian.ca) si vous prévoyez des campagnes par messagerie directe

7.3. Conditions d'utilisation des plateformes

- Tout membre du personnel utilisant des comptes officiels doit comprendre et respecter les conditions d'utilisation de chaque plateforme
- Les violations peuvent entraîner la suspension du compte ou sa perte permanente

7.4. Droit d'auteur et propriété intellectuelle

- N'utilisez que les images, musiques et extraits vidéo pour lesquels vous détenez les droits
- Des abonnements à des banques de photos gérés par l'université sont disponibles pour usage approuvé ; communiquez avec le Département du marketing (marketing@laurentian.ca)
- Ne republiez pas le contenu d'autrui sans permission et sans crédit
- Soyez particulièrement prudents avec la musique dans les vidéos ; la majeure partie de la musique populaire est protégée par le droit d'auteur, et les Reels ou Stories contenant de la musique protégée peuvent être mis en sourdine ou supprimés

8. Performance et reddition de comptes

Les comptes officiels doivent suivre et rendre compte de leur performance :

- Maintenir des mesures de base : croissance des abonnés, taux d'engagement, publications les plus performantes
- Examiner la performance trimestriellement
- Utiliser les analyses des plateformes (Meta Business Suite, analyses LinkedIn, etc.) pour les données natives
- Aligner les mesures sur la raison d'être déclarée du compte ; les indicateurs de vanité comme le nombre d'abonnés comptent moins que l'engagement et la conversion vers les objectifs institutionnels (présence aux événements, demandes d'admission, demandes de renseignements)

8.1. Retrait d'un compte

Si un compte n'est plus actif ou nécessaire :

- Avisez le Département de la stratégie numérique (digitalstrategy@laurentian.ca) avant la désactivation
- Évaluez s'il convient de laisser le compte dormant (visible mais inactif) ou de le supprimer complètement — les comptes dormants peuvent semer la confusion chez les auditoires

- Publiez un message final indiquant où les auditoires devraient se diriger
- Mettez à jour le registre maître

8.2. Questions et soutien

Pour toute question concernant les présentes lignes directrices, la configuration de comptes ou la stratégie de contenu, communiquez avec :
Département de la stratégie numérique (digitalstrategy@laurentian.ca)

Pour toute question concernant les lignes directrices ou les éléments de marque, communiquez avec :
Département du marketing (marketing@laurentian.ca)

Pour toute question concernant les communications sensibles, communiquez avec :
Département des communications (communications@laurentian.ca)

Pour toute question ou besoin de soutien immédiat en matière de sécurité, communiquez avec :
Sécurité du campus (security@laurentian.ca)