



## POLITIQUE RELATIVE AUX MÉDIAS SOCIAUX

### Préambule

1. Surf Canada a conscience que des interactions et des communications personnelles se produisent fréquemment dans les médias sociaux et met en garde les participants que toute conduite qui ne respecte pas les normes de conduite exigées par la présente Politique relative aux médias sociaux et dans le Code de conduite et d'éthique de Surf Canada sera assujettie aux sanctions disciplinaires prévues dans la Politique sur la discipline et les plaintes.

### Définitions

2. Les termes suivants ont le sens qui leur est donné dans cette politique :
  - a) **Athlète** – Une personne qui agit en qualité d'athlète participant de Surf Canada et qui est soumise au Code de conduite universel pour prévenir et contrer la maltraitance dans le sport (CCUMS) et aux politiques de Surf Canada.
  - b) **Président de discipline** – Une personne désignée pour agir à la présidence de discipline selon les fonctions décrites dans la Politique sur la discipline et les plaintes.
  - c) **Gestionnaire de cas indépendant** – Une ou plusieurs personnes indépendantes nommées par Surf Canada pour recevoir et gérer les plaintes dans le cadre de la Politique sur la discipline et les plaintes.
  - d) **Participant** – Un membre individuel et/ou toute personne inscrite, peu importe la catégorie, comme définis dans les règlements administratifs de Surf Canada qui sont soumis au CCUMS et aux politiques de Surf Canada, ainsi que toutes personnes employées ou embauchées par sous-traitance par Surf Canada ou qui participent à des activités de Surf Canada, y compris, mais sans s'y limiter, les employés, les sous-traitants, les athlètes, les entraîneurs, les instructeurs, les officiels, les bénévoles, les gestionnaires, les administrateurs, les membres de comités, les parents ou tuteurs, les spectateurs, les administrateurs et dirigeants.
  - e) **Personne en position d'autorité** – Tout participant qui occupe un poste d'autorité au sein de Surf Canada, y compris, mais sans s'y limiter, les entraîneurs, les instructeurs, les officiels, les gestionnaires, le personnel de soutien, les accompagnateurs, les membres de comités et les administrateurs et dirigeants.

### Application de la présente politique

3. La présente politique s'applique à tous les participants.

### Conduite et comportement

4. Conformément à la Politique sur la discipline et les plaintes et au Code de conduite et d'éthique de Surf Canada, les actes suivants réalisés dans les médias sociaux peuvent être considérés comme une infraction mineure ou majeure, à la discrétion du président de discipline ou du gestionnaire de cas indépendant :
  - a) Publier un commentaire dans un média social qui est irrespectueux, haineux, nuisible, désobligeant, insultant ou autrement négatif et qui s'adresse à un participant, à Surf Canada ou à d'autres personnes liées à Surf Canada.
  - b) Publier une image, une image modifiée ou une vidéo dans un média social qui est nuisible, irrespectueuse, insultante, gênante, suggestive, provocatrice, ou autrement offensante, et qui s'adresse à un participant, à Surf Canada ou à d'autres personnes liées à Surf Canada.

- c) Créer ou contribuer à un groupe Facebook, une page Web, un compte Instagram, un fil Twitter, un blogue ou un forum en ligne consacré uniquement ou en partie à la promotion de remarques ou de commentaires négatifs ou désobligeants sur Surf Canada, ses parties prenantes ou sa réputation.
  - d) Tout cas de cyberintimidation ou de cyberharcèlement entre un participant et un autre participant (y compris un coéquipier, un entraîneur, un adversaire, un bénévole ou un officiel), qui peuvent inclure, sans toutefois s'y limiter, la conduite suivante sur tout média social, par message texte ou par courriel : insultes fréquentes, commentaires négatifs, comportement vexatoire, blagues, menaces, se faire passer pour une autre personne, répandre des rumeurs ou des mensonges ou tout autre comportement nuisible.
5. Toute conduite et tout comportement prenant place dans les médias sociaux peuvent être assujettis à la Politique sur la discipline et les plaintes.

### **Responsabilités des participants**

- 6. Les participants doivent être conscients que leur activité dans les médias sociaux peut être vue par n'importe qui, y compris Surf Canada.
- 7. Si Surf Canada interagit de façon non officielle avec un participant dans les médias sociaux (par exemple, en partageant une publication sur Twitter ou une photo sur Facebook), le participant peut, en tout temps, demander à Surf Canada de cesser cet engagement.
- 8. Dans l'utilisation de médias sociaux, un participant doit faire preuve d'un comportement approprié conforme à son rôle et son statut à Surf Canada.
- 9. Le fait de retirer du contenu des médias sociaux après sa publication (publique ou privée) ne dispense pas le participant d'être assujetti à la Politique sur la discipline et les plaintes de Surf Canada.
- 10. Une personne qui croit que l'activité d'un participant dans les médias sociaux est inappropriée ou pourrait enfreindre les politiques et les procédures de Surf Canada doit signaler le cas à Surf Canada de la manière décrite dans la Politique sur la discipline et les plaintes de Surf Canada.

### **Responsabilités de Surf Canada**

- 11. Surf Canada a la responsabilité de savoir si et de comprendre comment les personnes en position d'autorité et les athlètes utilisent les médias sociaux pour communiquer entre eux. Il peut être nécessaire de rappeler aux personnes en position d'autorité et aux athlètes que le comportement dans les médias sociaux est toujours soumis au Code de conduite et d'éthique et à la Politique relative aux médias sociaux.
- 12. Les plaintes et les préoccupations concernant le comportement d'une personne en position d'autorité ou d'un athlète dans les médias sociaux peuvent être traitées dans le cadre de la Politique sur la discipline et les plaintes.

### **Lignes directrices**

- 13. Les lignes directrices de cette section fournissent aux personnes en position d'autorité et aux athlètes des conseils et des suggestions pour l'utilisation des médias sociaux. Les personnes en position d'autorité et les athlètes sont fortement encouragés à mettre en place leur propre stratégie d'utilisation des médias sociaux (qu'elle soit formulée par écrit ou non) et à veiller à ce que leur stratégie d'utilisation des médias sociaux est acceptable conformément au Code de conduite et d'éthique.

14. Étant donné la nature des médias sociaux comme sphère de communication en constante évolution, Surf Canada a confiance que ses personnes en position d'autorité et ses athlètes feront preuve de leur meilleur jugement en utilisant les médias sociaux. Ces lignes directrices ne sont pas des règles strictes ou des lois comportementales, mais plutôt des recommandations qui permettront aux personnes d'exercer leur meilleur jugement.

#### **Lignes directrices relatives aux médias sociaux pour les personnes en position d'autorité**

15. Les personnes en position d'autorité doivent tenir compte des lignes directrices suivantes pour déterminer leur propre stratégie d'utilisation des médias sociaux :
- a) Pour les athlètes mineurs, veillez à ce que les parents ou tuteurs sachent que certaines interactions peuvent avoir lieu sur les médias sociaux et le contexte de ces interactions, et donner aux parents ou tuteurs la possibilité d'interdire ou de restreindre la communication dans cet espace.
  - b) Tentez de rendre la communication avec les athlètes dans les médias sociaux aussi unilatérale que possible. Soyez disponible pour les athlètes s'ils prennent contact avec vous (les athlètes peuvent souhaiter avoir accès à vous facilement et rapidement), mais évitez de vous imposer dans l'espace personnel de médias sociaux d'un athlète.
  - c) Veillez à ce que toute la communication des médias sociaux soit professionnelle, sans ambiguïté et qu'elle traite du sujet approprié. Évitez les émojis et les termes non spécifiques qui peuvent être interprétés de plusieurs façons.
  - d) Vous pouvez aussi choisir de ne pas vous impliquer dans les médias sociaux. Il s'agit d'une stratégie acceptable. Soyez prêt à informer les athlètes (et/ou les parents ou tuteurs) des raisons pour lesquelles vous ne vous impliquerez pas dans cet espace et à leur expliquer quels moyens vous utiliserez pour communiquer avec eux.
  - e) Les athlètes rechercheront vos comptes sur les médias sociaux. Soyez prêt à réagir quand un athlète tente d'interagir avec vous sur les médias sociaux.
  - f) Passez en revue et mettez à jour annuellement les paramètres de confidentialité de tous vos comptes de médias sociaux.
  - g) Envisagez de surveiller ou d'être généralement au courant du comportement des athlètes dans les médias sociaux publics afin de garantir le respect du Code de conduite et d'éthique et de la présente politique.
  - h) Ne demandez jamais l'accès aux publications privées d'un athlète sur Twitter, Instagram ou Facebook.
  - i) N'envoyez pas de demandes d'amis aux athlètes. Ne faites jamais pression sur les athlètes pour qu'ils vous envoient une demande d'ami ou qu'ils suivent vos comptes de médias sociaux.
  - j) Si vous acceptez une demande d'ami d'un athlète, vous devez accepter ces demandes de tous les athlètes. Assurez-vous de ne pas faire preuve de favoritisme sur les médias sociaux.
  - k) Envisagez de gérer vos médias sociaux de manière à ce que les athlètes n'aient pas la possibilité de vous suivre sur Twitter ou de vous envoyer une demande d'ami sur Facebook.
  - l) N'identifiez pas les athlètes mineurs sur les médias sociaux accessibles au public.
  - m) Demandez la permission aux athlètes adultes avant de les identifier sur les médias sociaux accessibles au public.
  - n) Évitez d'ajouter des athlètes à Snapchat et n'envoyez pas de publications Snapchat aux athlètes.
  - o) Ne publiez pas de photos ou de vidéos d'athlètes mineurs sur vos comptes privés de médias sociaux.
  - p) N'utilisez pas les médias sociaux pour « piéger » les athlètes s'ils vous disent une chose en personne, mais que leur activité sur les médias sociaux révèle qu'ils font quelque chose de différent.
  - q) Sachez que vous pouvez obtenir des informations sur un athlète qui vous imposent une obligation de divulgation (par exemple, voir des photos d'athlètes mineurs en train de boire pendant un voyage).
  - r) Si les décisions de sélection et autres affaires officielles de l'équipe sont annoncées sur les médias sociaux, assurez-vous qu'elles sont aussi publiées sur un média moins social comme un site Web ou distribuées par courrier électronique.

- s) N'exigez jamais des athlètes qu'ils rejoignent Facebook, s'inscrivent à un groupe Facebook, s'abonnent à un fil Twitter ou rejoignent une page Facebook dédiée à votre équipe ou à votre organisation.
- t) Si vous créez une page sur Facebook ou Instagram dédiée à votre équipe ou à votre athlète, ne faites pas de ce site de médias sociaux l'endroit exclusif où trouver des informations importantes. Dupliquez les informations importantes dans des canaux moins sociaux (comme sur un site Web ou par courriel).
- u) Faites preuve de discernement quand vous utilisez les médias sociaux pour vos communications personnelles (avec des amis, des collègues et d'autres personnes en position d'autorité) en sachant que votre comportement peut être utilisé comme modèle par les athlètes.
- v) Évitez toute association avec des groupes Facebook, des comptes Instagram ou des fils Twitter affichant un comportement sexuel explicite ou des points de vue qui pourraient offenser ou compromettre votre relation avec un athlète.
- w) Ne vous présentez jamais sous un faux nom ou un faux profil.

### **Lignes directrices sur les médias sociaux pour les athlètes**

16. Les conseils suivants devraient être utilisés par les athlètes pour déterminer leur propre stratégie d'utilisation des médias sociaux :
- a) Définissez vos paramètres de confidentialité pour limiter les personnes qui peuvent vous rechercher et les informations privées que d'autres personnes peuvent voir.
  - b) Les entraîneurs, coéquipiers, officiels ou compétiteurs peuvent tous vous ajouter sur Facebook ou vous suivre sur Instagram ou Twitter. Vous n'êtes pas obligé de suivre qui que ce soit ou d'être ami avec qui que ce soit sur Facebook.
  - c) Évitez d'ajouter les personnes en position d'autorité à votre Snapchat et n'envoyez pas de publications Snapchat aux personnes en position d'autorité.
  - d) Si vous vous sentez harcelé par quelqu'un sur un site de médias sociaux, signalez-le à votre entraîneur ou à une autre personne en position d'autorité de votre organisation.
  - e) Vous n'êtes pas obligé de rejoindre une page de partisans sur Facebook ou de suivre un fil Twitter ou un compte Instagram.
  - f) Le contenu publié dans les médias sociaux, en fonction de vos paramètres de confidentialité, est considéré comme public. Dans la plupart des cas, vous n'avez pas d'attente raisonnable en matière de respect de la vie privée pour tout matériel que vous publiez.
  - g) Le contenu publié dans les médias sociaux est presque toujours permanent; n'oubliez pas que d'autres personnes peuvent prendre des captures d'écran de votre contenu (même de publications Snapchat) avant que vous ne puissiez les supprimer.
  - h) Évitez de publier des photos ou de faire allusion à une participation à des activités illégales telles que : excès de vitesse, agression physique, harcèlement, consommation d'alcool (si mineur) et consommation de marijuana.
  - i) Adoptez un comportement approprié dans les médias sociaux en fonction de votre statut a) d'athlète et b) de membre de votre organisation et de ses organisations dirigeantes. En tant que représentant de votre organisation, vous avez accepté de respecter le Code de conduite et d'éthique et devez respecter ce code quand vous publiez du matériel et interagissez avec d'autres personnes par le biais des médias sociaux.
  - j) Sachez que votre page Facebook publique, votre compte Instagram ou votre fil Twitter peuvent être surveillés par votre organisation, votre entraîneur ou par une autre organisation et que le contenu ou le comportement affiché dans les médias sociaux peut faire l'objet de sanctions en vertu de la Politique sur la discipline et les plaintes.