

PRÉAMBULE

En tant que salariés, nous contribuons chaque jour à l'image et la réputation du CNAS :

- dans nos rencontres avec les acteurs de l'environnement territorial, nos partenaires, les prestataires, nos conversations avec nos amis ou en famille,
- en partageant notre engagement pour notre métier,
- lorsque nous nous exprimons sur les médias sociaux...

En tant qu'association qui porte des valeurs de proximité et de solidarité, le CNAS doit favoriser cette évolution digitale des relations, de manière utile et responsable.

→ **Utile**, car c'est une réelle opportunité d'engager une relation directe avec tous nos publics, de mieux comprendre leurs attentes, de mieux faire connaître notre institution et de renforcer la confiance qui nous lie à nos adhérents et bénéficiaires.

→ **Responsable**, car la liberté d'expression dont nous jouissons ne doit pas nous faire oublier les principes de loyauté, de confidentialité et de discrétion mais aussi notre responsabilité quant à l'impact de nos propos sur l'image du CNAS.

Salarié(e)s du CNAS, cette charte précise les fondamentaux quant à vos contributions et utilisations des réseaux sociaux, dès lors qu'elles font référence ou peuvent avoir une incidence sur le CNAS : par exemple, si :

- en tant que membre du personnel ou à titre personnel, vous participez à des conversations sur Internet qui impliquent le CNAS, ses prestations, son entité, depuis votre lieu de travail ou à l'extérieur de l'entreprise ;
- en tant que bénéficiaire, vous témoignez, par exemple, sous la forme de commentaires.

LA COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE DU CNAS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

1. LES PAGES INSTITUTIONNELLES DU CNAS

LES INTERVENANTS HABILITÉS

Équipe éditoriale

Seuls la présidence, la direction générale, les membres de la direction Communication ou toute autre personne dûment habilitée sur des sujets spécifiques peuvent parler au nom du CNAS sur les pages institutionnelles (comptes nationaux, comptes régionaux) et comptes personnels CNAS.

Périmètre de leur intervention

Au-delà de la publication d'information sur les différents comptes du CNAS, l'équipe éditoriale a pour devoir d'**analyser** les commentaires, de **modérer** les propos tenus sur ses réseaux et de **répondre** aux utilisateurs. De même, les suggestions émanant de la part des collaborateurs seront examinées et publiées si celles-ci répondent à la présente charte.

Modération

Si le modérateur des comptes institutionnels estime qu'une publication est non conforme aux bons usages du net, à la loi française ou à cette charte, il se réserve le droit de supprimer le commentaire ou le contenu sans préavis. Si un compte personnel CNAS ne respecte pas ces mêmes règles, le CNAS est en droit d'exiger sa suppression.

LES RÉSEAUX CONCERNÉS

Cette charte concerne notamment les 3 principaux réseaux sociaux utilisés dans le milieu professionnel, à savoir Facebook, Twitter et LinkedIn.

Facebook	Twitter	LinkedIn	Autres réseaux professionnels (p. 4)
comptes institutionnels			
1 compte national (p. 3)	1 compte national (p. 3)	1 compte national (p. 4)	1 compte national (Viadeo - p. 4)
-	7 comptes régionaux (p. 3)	-	
-	comptes personnels CNAS (p. 4)	-	comptes personnels CNAS (p. 4)

comptes personnels (p. 5)



Réseau social qui permet à l'utilisateur de publier des images, des photos, des vidéos, des fichiers et documents, d'échanger des messages, rejoindre et créer des groupes et d'utiliser une variété d'applications.

→ un compte institutionnel national

La page Facebook (cnasfrance) vise à renforcer le **lien direct et personnalisé aux bénéficiaires**. Interactive, elle informe et répond aux demandes sur les services, l'offre et l'actualité du CNAS.

Afin d'assurer l'unicité de la communication notamment au regard de l'offre, seule une page nationale est admise et gérée par la direction de la communication.

Celle-ci se tient à la disposition des collaborateurs pour mettre en avant sur demande une actualité, une offre locale, et ce dans le respect de sa ligne éditoriale.



Réseau social de microblogage qui permet à un utilisateur d'envoyer gratuitement de brefs messages, appelés tweets, sur internet, par messagerie instantanée ou par SMS.

→ un compte institutionnel national

Dans le cadre d'une stratégie globale de fidélisation ou de prospection, le CNAS se doit d'y être présent aux côtés des **adhérents et prospects** (information, conseil, accompagnement...) et afficher ainsi sa présence d'expert dans le réseau territorial

En tête de pont, un compte institutionnel national est animé et géré par une équipe éditoriale (journaliste, directeur des relations extérieures, directeur Clients, responsable Partenariats...).

→ des comptes institutionnels régionaux

Sur Twitter qui privilégie l'instantanéité et qui, de fait, est très apprécié par la cible des décideurs et influenceurs, chaque antenne régionale a la possibilité d'ouvrir un compte région en accord avec sa hiérarchie et en désignant au sein de sa propre structure les salariés habilités à gérer et animer ce compte régional.

Le contenu diffusé vise à faire vivre la communauté de la région ; il est donc principalement lié à **l'activité sur le terrain**, soit :

- l'animation (ex. : salon, mention d'une importante réunion)
- le développement et la fidélisation (ex. : intervention en collectivité, adhésion d'une collectivité emblématique)

L'équipe éditoriale régionale peut, en parallèle, relayer les informations nationales ainsi que les thématiques transversales jugées pertinentes par rapport à l'activité de l'association.

Tout comme l'équipe nationale, elle a un rôle de modérateur auprès de sa communauté en répondant à ses interrogations et demandes. Si elle a des doutes sur la bonne manière de remplir ce rôle, sur l'exactitude de la réponse à apporter, elle peut solliciter sa direction ou la direction de la communication.

Le nom complet (20 caractères maximum) doit être composé comme suit :
CNAS [Antenne RÉGION]. - Exemple : CNAS Antenne CENTRE.

Le nom utilisateur doit être très court (15 caractères maximum) :
@CNASregion - Exemple @CNAS_SudOuest

La photo de profil est constituée du logo du CNAS. Une photo de couverture est proposée par la direction de la communication. Un lien vers www.cnas.fr sera fait.

→ des comptes personnels CNAS

Dans le respect des règles générales (cf. Annexe page 6) et des précautions mentionnées page 5, certaines catégories de salariés (précisées ci-dessous) peuvent créer un compte avec leur adresse mail CNAS et indiquer leur fonction exacte ainsi que le lien vers cnas.fr

Leurs interventions professionnelles à titre personnel doivent s'inscrire, avec l'accord de leur hiérarchie, dans le même cadre éditorial que celui des antennes régionales, à savoir le développement, l'animation et l'univers territorial ou autre sujet spécifique.

S'ils quittent le CNAS, ils doivent supprimer leur profil sans délai.

Des éléments graphiques de couverture du profil individuel ou de l'antenne sont mis à disposition par la direction de la communication.

Salariés habilités :

- directeur régional
- responsables des pôles Adhérent et Prestations
- chargé d'animation et de développement
- Gestionnaire-animateur



Réseau social à usage exclusivement professionnel, orienté sur la mise en valeur et les échanges professionnels de ses membres, à la différence des réseaux sociaux grand public comme Facebook

→ un compte institutionnel national

À l'instar de Facebook, il n'y a qu'une seule page entreprise sur LinkedIn, gérée par les personnes habilitées dont la direction de la communication. Vous êtes invité à en relayer le contenu sur vos comptes personnels.

AUTRES RÉSEAUX SOCIAUX

Sur les réseaux sociaux professionnels tels que **ExpertPublic.fr** (réseau social de la FPT), **communaute-etoile.fr** (réseau professionnel des carrières publiques), **Muxi** (réseau par métier, exemple RH), il est aussi possible de communiquer via des comptes personnels CNAS dans le respect des règles générales (cf. annexe p. 6), des précautions mentionnées page 5 et avec l'accord de sa hiérarchie.

Viadeo, également réseau social pour professionnels mais en perte de vitesse, suit le même principe que LinkedIn. La page Entreprise est actualisée par les personnes habilitées dont la direction de la communication.

2. LA COMMUNICATION PERSONNELLE DES COLLABORATEURS DU CNAS SUR LES RESEAUX SOCIAUX

hors comptes personnels CNAS

VOTRE IDENTITÉ, VOS COMPTES

Si vous souhaitez communiquer sur votre vie personnelle, ce doit être exclusivement via un compte personnel.

Il est aussi possible de [paramétrer votre compte Facebook](#) afin de dissocier vie privée et vie publique. Créez pour cela des listes de diffusion et, à chaque publication, décidez à quelle liste le contenu est destiné. Sur [Twitter](#) et [LinkedIn](#), il existe aussi des paramétrages de confidentialité afin de protéger vos données et surtout votre vie personnelle.

Si vous quittez le CNAS, il vous est recommandé d'actualiser votre profil LinkedIn dans les 2 mois suivant votre départ.

Si vous souhaitez parler du CNAS...

Au-delà du respect des règles générales figurant en annexe, certaines précautions supplémentaires doivent être respectées dès lors que le CNAS est cité, ne serait-ce que par la mention de votre fonction au sein du CNAS. En effet, vous engagez alors directement ou indirectement son image.

- **évit**ez de publier des contenus privés : s'agissant d'un espace public, ceci peut impacter l'image du CNAS,
- **ne diffusez jamais des renseignements confidentiels propres à l'entreprise ou de nature à entacher son image**. En cas de doute, n'hésitez pas à vous référer à la direction de la communication ou à regarder sur le site du CNAS si l'information a déjà été diffusée,
- veillez à la **qualité de votre rédaction et de votre orthographe** et à **rester courtois**,
- **réglez les conflits** via votre messagerie privée,
- **respectez la vie de vos collègues** : si eux-mêmes utilisent des comptes privés, demandez-leur toujours l'autorisation avant de les citer,
- **n'affichez pas vos opinions politiques ou religieuses**.

Moyennant le respect des règles ou recommandations ci-dessus, le CNAS vous invite à **commenter et à partager ses pages et ses publications**.

Si vous souhaitez proposer une publication

Vous pouvez **proposer une publication** pour diffusion via les comptes institutionnels, sans pour autant faire partie de l'équipe éditoriale. Pour cela, présentez le projet à votre hiérarchie avant diffusion afin de s'assurer qu'il correspond à la ligne éditoriale et qu'il crée de la valeur ajoutée, le meilleur moyen d'être lu étant d'écrire des propos intéressants et/ou novateurs.

L'équipe éditoriale réfléchira à la date de publication la plus opportune afin que cette information dispose de la meilleure audience possible.

ANNEXE

RÈGLES GÉNÉRALES

- **Respectez les conditions générales d'utilisation**, propres à chaque média, qui régissent les interactions entre utilisateur et plateforme communautaire. Elles peuvent être consultées sur leurs sites : [Facebook](#), [Twitter](#), [LinkedIn](#), [Viadeo](#), . Vous êtes légalement et juridiquement responsables de vos écrits, commentaires et propos publiés.
- **Protégez la confidentialité des données**. La publication d'un contenu vaut reconnaissance du caractère public d'une plateforme sociale. En tant qu'utilisateur, vous êtes responsable de vos publications et soumis au devoir de réserve quant aux informations, projets, réunions et autres activités internes à la vie du CNAS.
- **Tenez des propos responsables et non discriminatoires**.
« Constitue une discrimination directe la situation dans laquelle, sur le fondement de son origine, de son sexe, de sa situation de famille, de sa grossesse, de son apparence physique, de la particulière vulnérabilité résultant de sa situation économique, apparente ou connue de son auteur, de son patronyme, de son lieu de résidence, de son état de santé, de sa perte d'autonomie, de son handicap, de ses caractéristiques génétiques, de ses mœurs, de son orientation sexuelle, de son identité de genre, de son âge, de ses opinions politiques, de ses activités syndicales, de sa capacité à s'exprimer dans une langue autre que le français, de son appartenance ou de sa non-appartenance, vraie ou supposée, à une ethnie, une Nation, une prétendue race ou une religion indéterminée, une personne est traitée de manière moins favorable qu'une autre ne l'est, ne l'a été ou ne l'aura été dans une situation comparable. » (Loi n° 2008-496 du 27 mai 2008 modifiée par la loi n° 2016-1547 du 18 novembre 2016- art.86)
- **Respectez votre employeur**. Tous les salariés ont une obligation de loyauté et de réserve envers leur employeur.
Sont notamment proscrits :
 - les propos incitant à la haine ou à la violence, pornographiques, contraires à l'ordre public et aux bonnes mœurs ;
 - les propos calomnieux, violents, insultants ou dénigrants envers le CNAS ou ses représentants ;
 - les commentaires diffamatoires contre des salariés, bénévoles ou bénéficiaires ;
 - le partage d'informations confidentielles concernant ces derniers.
- **Respectez les concurrents** dans vos propos pour ne pas engager le CNAS.
- **N'usurpez pas d'identité**.
- **Ne postez ni publicité réelle, ni publicité dissimulée**.
- **Ne postez ou ne partagez ni canular (hoax), ni spam**. Vérifiez vos sources avant publication : qu'elles soient authentiques et aussi **d'actualité** (les articles sont parfois périmés).

RÈGLES DE SÉCURITÉ

- Pour ne pas compromettre la vitesse des échanges sur le réseau informatique, **l'utilisation des réseaux sociaux au sein de l'association doit être limitée à des fins professionnelles.** Les salariés ne doivent pas les utiliser pour usage privé.
- Pour **réduire le risque de piratage**, il est recommandé :
 - de changer régulièrement de mot de passe (par exemple tous les 3 mois)
 - de composer des mots de passe un minimum complexes. Ils doivent par exemple :
 - ✓ contenir au moins **10 caractères**
 - ✓ **être différents des 3 derniers mots de passe utilisés**
 - ✓ ne pas contenir de nom, prénom, date de naissance ou tout autre élément facile à deviner
 - ✓ contenir des **chiffres, majuscules et caractères spéciaux**
 - d'écrire le mot de passe dans un lieu discret et sécurisé
 - de ne pas divulguer de mot de passe à une tierce personne
 - de **verrouiller son ordinateur avant de quitter son bureau**
- **En situation de mobilité**, pour toute connexion d'un point d'accès non sécurisé (hot spot WiFi par exemple), veillez à :
 - **taper votre mot de passe à l'abri des regards indiscrets**
 - **ne pas accepter l'option « Se souvenir du mot de passe »** proposée par les navigateurs Internet
 - ne pas quitter l'ordinateur portable des yeux
 - **vider le cache du navigateur** en quittant le site
 - en **cas de perte ou de vol** du PC portable, **changer le mot de passe** dès que possible, à partir d'un autre ordinateur.



ACCUSÉ DE RÉCEPTION DE LA CHARTE INTERNE DES MÉDIAS SOCIAUX

Je, soussigné(e) (nom, prénom)....., déclare :

- avoir pris connaissance de la Charte interne des médias sociaux ;
- m'engager à en respecter les règles.

Fait à, le

Signature, précédée de la mention « lu et approuvé » :

Merci de signer ce document et le renvoyer par mail à rh@cnas.fr