



RUGBY EN FAUTEUIL ROULANT CANADA (RFRC)
Politique et lignes directrices sur les réseaux sociaux

Approuvée : février 2023

RUGBY EN FAUTEUIL ROULANT CANADA (RFRC)

Politique et lignes directrices sur les réseaux sociaux

Note du traducteur : Pour la clarté du texte, dans le présent document, le masculin générique englobe le féminin.

Définitions

1. Les termes suivants ont cette signification dans la présente politique :
 - a) «Participant à l'organisation» - Désigne toutes les catégories de membres individuels et/ou d'inscrits définies dans les Règlements administratifs de RFRC et de ses membres et clubs affiliés qui sont soumis aux politiques de RFRC, ainsi que toutes les personnes employées par WRC, sous contrat avec RFRC ou engagées dans des activités avec RFRC, y compris, mais sans s'y limiter, les employés, les contractants, les athlètes, les entraîneurs, les travailleurs de soutien personnel, les instructeurs, les officiels, les bénévoles, les gestionnaires, les administrateurs, les parents ou les tuteurs, les spectateurs, les participants à l'organisation.
 - b) «Personne en autorité» - Les participants à l'organisation qui occupent un poste d'autorité au sein de RFRC, y compris, mais sans s'y limiter, les entraîneurs, les gérants, le personnel de soutien, les chaperons et les administrateurs.
 - c) «Réseaux sociaux» («médias sociaux») - Terme fourre-tout qui s'applique de manière générale aux nouveaux moyens de communication informatisés tels que les blogues, YouTube, Facebook, TikTok, Instagram, Tumblr, Snapchat et Twitter.

Application de cette politique

2. La présente politique s'applique à tous les participants à l'organisation.

Conduite et comportement

3. Les comportements suivants dans les réseaux sociaux peuvent être considérés comme des infractions au *code de conduite et d'éthique* :
 - a) afficher un commentaire irrespectueux, haineux, nuisible, désobligeant, insultant ou autrement négatif sur un média social, qui est dirigé contre un participant à l'organisation, contre RFRC ou contre d'autres participants à l'organisation liés à RFRC;
 - b) la publication d'une image, d'une image modifiée ou d'une vidéo sur un média social, qui est nuisible, irrespectueux, insultant, embarrassant, suggestif, provocateur ou autrement offensant, et qui est destiné à un participant à l'organisation, à RFRC ou à d'autres participants à l'organisation liés à RFRC,
 - c) créer ou contribuer à un groupe Facebook, une page web, un compte Instagram, un flux 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 RFRC, ses intervenants ou sa réputation;
 - d) tout cas de cyberintimidation ou de cyberharcèlement entre un participant à l'organisation et un autre participant à l'organisation (y compris un coéquipier, un entraîneur, un adversaire, un bénévole ou un officiel), où les incidents de cyberintimidation et de cyberharcèlement peuvent inclure, sans s'y limiter, les comportements suivants sur tout média social, par message texte ou par courrier électronique : insultes régulières, commentaires négatifs, comportement vexatoire,

farces ou blagues, menaces, se faire passer pour une autre personne, répandre des rumeurs ou des mensonges, ou tout autre comportement préjudiciable.

4. Toute conduite et tout comportement se produisant dans les réseaux sociaux peuvent être soumis à la *politique en matière de discipline et de plaintes* de RFRC, à la discrétion du responsable de la discipline ou du gérant du cas indépendant.

Responsabilités des participants à l'organisation

5. Les participants à l'organisation doivent savoir que leurs activités sur les réseaux sociaux peuvent être vues par n'importe qui, y compris par RFRC.
6. Si RFRC s'engage officiellement avec un participant à l'organisation dans les réseaux sociaux (par exemple en rediffusant un gazouillis («*tweet*») ou en partageant une photo sur Facebook), l'participant à l'organisation peut, à tout moment, demander à RFRC de mettre fin à cet engagement.
7. Lorsqu'il utilise les réseaux sociaux, un participant à l'organisation doit adopter un comportement approprié qui correspond à son rôle et à son statut dans le cadre de RFRC.
8. Le fait de retirer un contenu des réseaux sociaux après sa publication (en public ou en privé) ne dispense pas l'participant à l'organisation d'être soumis à la *politique en matière de discipline et de plaintes* de RFRC.
9. Quiconque croit que l'activité d'un participant à l'organisation dans les réseaux sociaux est inappropriée ou peut enfreindre les politiques et procédures de RFRC peut signaler le problème à RFRC de la manière décrite par la *politique de discipline et de plaintes* de RFRC.

Responsabilités de RFRC

10. RFRC a la responsabilité de comprendre si et comment les entraîneurs et les athlètes utilisent les réseaux sociaux pour communiquer entre eux. Il peut être nécessaire de rappeler aux entraîneurs et aux athlètes que le comportement dans les réseaux sociaux est toujours soumis au *code de conduite et d'éthique* et à la *politique sur les réseaux sociaux* de RFRC.
11. Les plaintes et les préoccupations concernant la conduite ou le comportement d'un athlète ou d'un entraîneur dans les réseaux sociaux peuvent être traitées dans le cadre de la *politique en matière de discipline et de plaintes* de RFRC.
12. Toute violation de la présente politique qui peut être considérée comme un «comportement interdit» ou un «mauvais traitement» (tel que défini dans le CCUMS) lorsque le défendeur est un participant de l'Organisation qui a été désigné par l'Organisation comme un participant au CCUMS (tel que défini dans le *Code de conduite et d'éthique*), sera traitée conformément aux politiques et procédures du Bureau du commissaire à l'intégrité du sport («BCIS»), sous réserve des droits de l'Organisation tels que définis dans le Code de conduite et d'éthique et de toute politique applicable sur le lieu de travail.

Lignes directrices

13. Les lignes directrices indiquées dans la présente cette section fournissent aux entraîneurs et aux athlètes des conseils et des suggestions pour l'utilisation des réseaux sociaux. Les entraîneurs et les athlètes sont fortement encouragés à élaborer leur propre stratégie d'utilisation des réseaux sociaux (qu'elle soit écrite ou non) et à s'assurer que leur stratégie d'utilisation des réseaux sociaux est acceptable conformément au *code de conduite et d'éthique* de RFRC.
14. Compte tenu de la nature des réseaux sociaux, qui constituent une sphère de communication en constante évolution, RFRC fait confiance à ses entraîneurs et à ses athlètes pour qu'ils fassent preuve de leur meilleur jugement lorsqu'ils interagissent avec les réseaux sociaux. Les présentes lignes directrices ne sont pas des règles ou des lois comportementales strictes, mais plutôt des recommandations qui permettront aux entraîneurs et aux athlètes d'exercer leur meilleur jugement.

Lignes directrices sur les réseaux sociaux pour les entraîneurs

15. Les entraîneurs doivent tenir compte des lignes directrices suivantes pour guider leur propre stratégie d'utilisation des réseaux sociaux :
 - a) Dans le cas des athlètes mineurs, assurez-vous que les parents ou tuteurs soient conscients que certaines interactions peuvent avoir lieu sur les réseaux sociaux, ainsi que du 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 réseaux sociaux aussi unilatérale que possible. Vous devez être disponible pour les athlètes si ces derniers amorcent le contact - les athlètes peuvent souhaiter avoir ce type d'accès facile et rapide - mais les entraîneurs doivent éviter de s'imposer dans l'espace personnel d'un athlète dans les réseaux sociaux, à moins qu'on ne leur ait demandé explicitement.
 - c) Veiller à ce que toute la communication des réseaux sociaux soit professionnelle, sans ambiguïté et thématique. Éviter les émojis et le langage non spécifique qui peut être interprété de plusieurs façons.
 - d) Choisir de ne pas s'engager dans les réseaux sociaux est une stratégie acceptable. Soyez prêt à informer les athlètes (et/ou les parents ou tuteurs) des raisons pour lesquelles vous ne vous engagerez pas dans cet espace et à leur expliquer quels médias vous utiliserez pour communiquer avec eux.
 - e) Les athlètes rechercheront vos comptes sur les réseaux sociaux. Soyez prêt à réagir lorsqu'un athlète tentera d'interagir avec vous sur les réseaux sociaux.
 - f) Revoir et mettre à jour annuellement les paramètres de confidentialité de tous vos comptes de réseaux sociaux.
 - g) Envisager de surveiller ou d'être généralement informé du comportement des athlètes dans les réseaux sociaux publics afin de garantir le respect du *code de conduite et d'éthique* de RFRC et de la présente politique.
 - h) Vous ne devriez pas exiger l'accès aux messages privés d'un athlète sur Twitter, Instagram ou Facebook.
 - i) Ne lancez pas de demandes d'«amis» avec des athlètes sur Facebook. Ne faites jamais pression sur les athlètes pour qu'ils vous considèrent comme un «ami».

- j) Si vous acceptez une demande d'«ami» d'un athlète, vous devez accepter ces demandes de tous les athlètes. Faites attention à ne pas faire preuve de favoritisme dans les réseaux sociaux.
- k) Envisagez de gérer vos réseaux sociaux de manière à ce que les athlètes n'aient pas la possibilité de vous suivre sur Twitter ou de vous «ajouter» sur Facebook.
- l) Demander la permission aux athlètes avant de les identifier sur les réseaux sociaux accessibles au public, comme un blogue, dans Instagram ou dans YouTube.
- m) Évitez d'ajouter des athlètes sur Snapchat et n'envoyez pas de messages instantanés aux athlètes.
- n) Ne publiez pas de photos ou de vidéos d'athlètes mineurs sur vos comptes privés dans les réseaux sociaux.
- o) N'utilisez pas les réseaux sociaux pour «piéger» les athlètes s'ils vous disent une chose en personne mais que leur activité sur les réseaux sociaux révèle qu'ils font quelque chose de différent.
- p) Sachez que vous pouvez acquérir des informations sur un athlète qui vous imposent une obligation de divulgation (comme par exemple voir des photos d'athlètes mineurs en train de boire de l'alcool pendant un voyage).
- q) Si les décisions de sélection et autres affaires officielles de l'équipe sont annoncées sur les réseaux sociaux, assurez-vous qu'elles sont également publiées sur un média moins social comme un site web ou distribuées par courrier électronique.
- r) Ne demandez jamais aux athlètes de rejoindre Facebook, de s'inscrire à un groupe Facebook, de s'abonner à un flux Twitter ou de rejoindre une page Facebook concernant votre équipe ou votre organisation.
- s) Si vous créez une page sur Facebook ou Instagram pour votre équipe ou votre athlète, ne faites pas de ce site de réseaux 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).
- t) Faites preuve d'une discrétion appropriée lorsque vous utilisez les réseaux sociaux pour vos communications personnelles (avec vos amis, collègues et autres athlètes) en sachant que votre comportement peut être utilisé comme modèle par les athlètes.
- u) Évitez de vous associer à des groupes Facebook, des comptes Instagram ou des flux Twitter avec un comportement ou des points de vue sexuels explicites qui pourraient offenser ou compromettre votre relation avec un athlète.
- v) Ne vous présentez jamais sous un faux nom ou un faux profil.

Lignes directrices sur les réseaux sociaux pour les athlètes

16. Les conseils suivants devraient être utilisés par les athlètes pour informer leur propre stratégie d'utilisation des réseaux 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 concurrents 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 des entraîneurs sur Snapchat et n'envoyez pas de snapchats aux entraîneurs.

- d) Si vous vous sentez harcelé par quelqu'un dans un milieu social, signalez-le à votre entraîneur, au responsable du club ou à RFRC.
- e) Vous n'êtes pas obligé de rejoindre une page de fans sur Facebook ou de suivre un flux Twitter ou un compte Instagram.
- f) Le contenu publié sur un média social, en fonction de vos paramètres de confidentialité, est considéré comme public. Dans la plupart des cas, vous ne pouvez pas avoir d'attente raisonnable en matière de respect de la vie privée pour tout contenu que vous publiez.
- g) Le contenu publié sur un média social est presque toujours permanent - considérez que d'autres personnes peuvent prendre des captures d'écran de votre contenu (même des instantanés) avant que vous ne puissiez les supprimer.
- h) Évitez de publier des photos ou de faire allusion à la participation à des activités illégales telles que : excès de vitesse, agression physique, harcèlement, consommation d'alcool (dans le cas des mineurs) et consommation de marijuana.
- i) Adoptez un comportement approprié dans les réseaux sociaux en fonction de votre statut a) d'athlète d'élite et b) de membre de votre club et de RFRC. En tant que représentant de la RFRC, vous avez accepté d'adhérer au *code de conduite et d'éthique* de RFRC et vous devez le respecter lorsque vous publiez des documents et interagissez avec d'autres personnes par le biais des réseaux sociaux.
- j) Sachez que votre page Facebook publique, votre compte Instagram ou votre flux Twitter peuvent être surveillés par votre club, votre entraîneur ou par RFRC et que le contenu ou le comportement affiché dans les réseaux sociaux peut faire l'objet de sanctions en vertu de la *politique en matière de discipline et de plaintes* de RFRC.

Historique de la politique	
Approuvée	le 10 février 2023
Date de la prochaine révision	février 2024