

Instruction opérationnelle n° OI.CG.2019.02**Utilisation des médias sociaux****1. Autorité**

- 1.1. La présente Instruction opérationnelle est promulguée par le directeur du Groupe des communications en vertu du pouvoir lui ayant été délégué par la Directrice exécutive, conformément à la Directive opérationnelle n° OD.ED.2018.03 : Communications.

2. Objectif

- 2.1. La présente Instruction opérationnelle fournit des directives concernant l'utilisation des médias sociaux pour le compte de l'UNOPS, ainsi que leur utilisation par des membres du personnel de l'UNOPS.

3. Date d'entrée en vigueur

- 3.1. La présente Instruction opérationnelle prend effet **immédiatement**.

4. Modifications corrélatives

- 4.1. La présente Instruction opérationnelle annule et remplace l'Instruction opérationnelle n° OI.CG.2018.03 : Utilisation des médias sociaux. La présente version révisée modifie la section 2.1 et ajoute des exemples de comptes institutionnels de l'UNOPS sur les médias sociaux.

[signature masquée]

Peter Browne

Directeur du Groupe des communications

Instruction opérationnelle n° OI.CG.2019.02

Utilisation des médias sociaux

Table des matières

1. Introduction	3
2. Définitions	3
3. Principes	3
4. Comptes institutionnels	5
5. Comptes personnels	6

1. Introduction

- 1.1. L'UNOPS et les membres de son personnel peuvent avoir des comptes sur les médias sociaux. Les comptes institutionnels comme les comptes personnels ont un rôle à jouer dans la stratégie de communication de l'UNOPS sur les médias sociaux.
- 1.2. L'objectif de la présente Instruction opérationnelle est de (i) fournir des directives concernant l'utilisation des comptes institutionnels sur les médias sociaux et (ii) d'attirer l'attention des membres du personnel de l'UNOPS sur le fait que l'utilisation de comptes personnels doit être conforme aux normes de conduite des Nations Unies.
- 1.3. Les consignes fournies dans la présente Instruction opérationnelle sont génériques et ne constituent pas des recommandations pratiques sur l'utilisation de certaines plateformes ou des conseils stratégiques de haut niveau en matière de communications avec les communautés. Pour obtenir un soutien dans ce domaine, veuillez écrire à l'équipe responsable des communications en ligne à l'adresse socialmedia@unops.org.

2. Définitions

- 2.1. **Comptes institutionnels** : les comptes institutionnels, ou officiels, sur les médias sociaux sont la propriété de l'UNOPS et publient exclusivement des informations en lien avec l'UNOPS. Les comptes institutionnels servent à promouvoir les activités et l'expertise de l'UNOPS et à communiquer avec des publics cibles en temps réel (se reporter à la section 4). Les comptes institutionnels de l'UNOPS sont gérés depuis le siège par le Groupe des communications. Les comptes institutionnels sur les médias sociaux incluent les comptes officiels de l'UNOPS (tels que @UNOPS, @UNOPS_es et @UNOPS_fr sur Twitter) ainsi que les comptes de bureaux de pays ayant été approuvés.
- 2.2. **Comptes personnels** : les comptes personnels sur les médias sociaux appartiennent aux membres du personnel à titre individuel, et ils le demeurent après leur départ de l'UNOPS. Beaucoup de membres du personnel utilisent leurs comptes sur les médias sociaux pour rester en contact avec leurs amis, leurs familles et leurs collègues lors de leurs déplacements dans le monde. Certaines personnes partagent leurs opinions sur leur travail, contribuant ainsi à faire connaître l'UNOPS (se reporter à la section 5).

3. Principes

- 3.1. Conformément aux meilleures pratiques sur l'utilisation de différentes plateformes, l'UNOPS doit limiter le nombre de comptes institutionnels afin d'éviter la fragmentation des informations et d'optimiser la participation des publics cibles.
- 3.2. L'UNOPS encourage les membres de son personnel à parler de leur travail depuis leurs comptes personnels dans la mesure souhaitée, dans la limite de leurs domaines de compétence et de responsabilité, et en respectant les directives de l'UNOPS en matière de communication avec les médias (voir l'Instruction opérationnelle OI.CG.2018.01 : Relations avec les médias), qui s'appliquent également aux médias sociaux.

- 3.3. En particulier, l'ensemble des publications sur les médias sociaux réalisées depuis des comptes institutionnels ou personnels doit respecter et promouvoir les normes les plus élevées en matière de conduite professionnelle et éthique. Comme pour toutes les communications publiques, les normes de conduite des Nations Unies fournissent les principales directives dans ce domaine.
- 3.4. En outre, les membres du personnel doivent respecter les principes suivants.
- a. **Penser avant de publier** : il s'agit de l'une des règles essentielles sur les médias sociaux. En ligne, publiez seulement ce que vous accepteriez de voir diffusé à la télévision, ce que vous pourriez aborder avec vos parents ou ce que vous pourriez justifier à votre responsable au travail.
 - b. **Honnêteté** : n'induisez pas en erreur et ne laissez pas de place aux problèmes d'interprétation. Si vous n'avez pas assisté à un événement, ne sous-entendez pas que c'est le cas. La crédibilité de l'UNOPS est en jeu.
 - c. **Précision** : les données obsolètes et les informations erronées peuvent se propager rapidement sur les médias sociaux. Vérifiez toujours vos informations avant de les publier.
 - d. **Clarté** : si votre publication peut donner lieu à des erreurs d'interprétation, trouvez une meilleure façon de formuler votre message afin d'éviter toute confusion.
 - e. **Discrétion** : laissez les sujets délicats aux membres du personnel ayant reçu l'autorisation expresse d'en parler. En cas de doute, consultez votre responsable.
 - f. **Confidentialité** : ne publiez aucune information qui ne soit pas destinée à des publics externes, par exemple des données pouvant compromettre des relations avec des parties prenantes.
 - g. **Sécurité et protection** : gardez à l'esprit que tout ce que vous publiez, notamment des emplacements ou des informations personnelles, pourrait vous mettre en danger ou mettre en danger d'autres personnes.
 - h. **Respect et consentement** : lorsque vous parlez des personnes que les projets de l'UNOPS visent à aider (les bénéficiaires) ou que vous les prenez en photo ou en vidéo, respectez leur dignité.
 - i. **Objectivité** : afin d'être aussi efficaces que possible dans le cadre de leur travail, les membres du personnel doivent respecter les principes humanitaires, notamment d'impartialité, de neutralité et d'indépendance.
 - j. **S'en tenir à ce que l'on sait** : lorsque vous parlez du travail de l'UNOPS, concentrez-vous sur vos propres expériences et domaines de compétence afin de ne pas diffuser d'informations erronées ou obsolètes.
 - k. **Intégrité** : vous êtes responsable de votre réputation en ligne. Soignez votre empreinte numérique et agissez sur Internet de la même manière que vous agiriez en personne.
 - l. **Transparence** : n'utilisez pas de pseudonymes et ne publiez pas de contenus ou de

commentaires anonymes à propos de l'UNOPS, des Nations Unies ou des domaines d'activité de l'UNOPS. La transparence concernant votre identité et votre appartenance à l'UNOPS contribue à inspirer la confiance et à éviter les malentendus.

- m. **Authenticité** : si vous donnez votre propre point de vue et que vous pensez ce que vous dites, vos publications gagneront en intérêt et en visibilité.
- n. **Générosité** : reconnaissez le mérite des autres et évitez de faire preuve de négativité. Le fait d'agir de manière hautaine ou condescendante donne une mauvaise image de vous et de l'UNOPS et peut engendrer des critiques.
- o. **Écoute et échanges** : ne vous contentez pas de publier des contenus. Si certaines personnes interprètent mal vos publications ou en déforment le sens, essayez de clarifier les choses.
- p. **Mesure et sang-froid** : il est souvent préférable d'ignorer les commentaires haineux, discriminatoires et inappropriés. En y répondant, vous risquez d'en attirer davantage.
- q. **Bon sens** : ayez conscience que la publication d'un contenu peut être vue comme l'approbation des informations et des opinions qu'il contient.
- r. **Avis extérieur** : si vous doutez du caractère approprié d'un contenu que vous souhaitez publier, demandez conseil à vos collègues ou écrivez à socialmedia@unops.org.

4. Comptes institutionnels

- 4.1. Tous les comptes institutionnels nécessitent une autorisation du Groupe des communications du siège. Les membres du personnel de l'UNOPS souhaitant créer un nouveau compte institutionnel (par exemple relatif à un projet) doivent écrire au Groupe des communications à l'adresse socialmedia@unops.org afin de présenter leurs besoins et de demander une autorisation (se reporter à la section 4.4 pour davantage d'informations).
- 4.2. Les demandes de création de comptes institutionnels seront étudiées au cas par cas afin de déterminer si ces comptes font partie ou non d'une stratégie de communication cohérente et viable.
- 4.3. Les comptes institutionnels doivent utiliser les éléments constitutifs de l'identité visuelle officielle de l'UNOPS conformément à l'Instruction opérationnelle n° OI.CG.2018.02 : Utilisation du nom et du logo de l'UNOPS.
- 4.4. Les comptes sur les médias sociaux créés pour un projet spécifique doivent :
 - a. apparaître clairement comme étant un compte de projet de l'UNOPS, le nom du projet étant clairement visible sur la page ;
 - b. diffuser exclusivement des informations factuelles (aucune opinion, etc.) ;
 - c. se concentrer sur la diffusion d'informations relatives au projet dont il est question ;
 - d. être créés à partir d'un compte de messagerie électronique accessible aux autres membres de l'équipe de l'UNOPS compétente.

- 4.5. Les informations partagées sur les comptes institutionnels seront considérées comme des déclarations officielles par le public. Par conséquent, les décisions sur le contenu publié doivent être prises avec la plus grande précaution.
- 4.6. Les comptes institutionnels doivent être supprimés s'ils ne sont plus mis à jour régulièrement ou s'ils ne parviennent pas à interagir avec le public ciblé de manière constante et suffisante.

5. Comptes personnels

- 5.1. L'UNOPS encourage les membres de son personnel à parler de leur travail depuis leurs comptes personnels sur les médias sociaux tout en leur laissant le choix de ne pas le faire. De nombreux comptes personnels servent à publier des informations sur les activités personnelles et professionnelles.
- 5.2. Voici quelques recommandations générales pour la gestion de vos interactions personnelles et professionnelles sur Internet.
 - a. Ne mentionnez pas « UNOPS » dans votre nom d'utilisateur. Cela permet d'indiquer clairement que votre compte est personnel.
 - b. Si vous utilisez une plateforme à des fins professionnelles, indiquez votre fonction dans votre description pour davantage de transparence.
 - c. Vous pouvez inclure un avertissement (par exemple « ce compte reflète mes opinions personnelles »), mais gardez à l'esprit que votre comportement en ligne doit toujours respecter les normes de conduite des Nations Unies.
 - d. Gérez vos paramètres de confidentialité. Ils peuvent être complexes et varier d'une plateforme à une autre, mais ils vous permettent de limiter la portée de votre contenu aux personnes que vous ciblez.
 - e. Lorsque vous publiez un contenu sur les médias sociaux, vous rendez publiques des informations. Par conséquent, vous devez penser aux conséquences potentielles de ces publications.
 - f. Sachez que tout ce que vous publiez sur Internet, même au sein d'un groupe ou un réseau privé, peut devenir public. De plus, un contenu que vous supprimez peut déjà avoir été copié et être diffusé ultérieurement.