



---

# CHARTRE DES BONNES PRATIQUES SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

---

JUIN 2017





## INTRODUCTION

Les réseaux sociaux ont profondément modifié notre façon de communiquer mais également notre rapport aux autres : collaborateurs, partenaires, experts, amis, famille, etc.

Il est plus que jamais facile d'échanger, de partager instantanément des opinions et contenus, et de tisser des liens avec d'autres internautes, qu'ils nous soient familiers ou étrangers.

VINCI profite de l'opportunité que représentent les réseaux sociaux pour se raconter, partager ses valeurs et ses fiertés, valoriser ses initiatives et projets, et ce auprès de journalistes, d'experts, de candidats potentiels, mais aussi auprès de vous, collaborateurs du Groupe, vos familles et vos amis.

C'est pourquoi, nous vous encourageons à utiliser Twitter, LinkedIn ou encore Facebook, à titre personnel et/ou professionnel, mais tout en gardant bien à l'esprit que malgré leurs vertus, ces réseaux sociaux peuvent aussi avoir des impacts négatifs sur l'image de VINCI.

---

**NOUS PENSONS QUE LES RÉSEAUX SOCIAUX CONSTITUENT POUR VINCI UNE OPPORTUNITÉ DE TISSER DES LIENS AVEC NOS DIFFÉRENTS PUBLICS.**

**NOUS PENSONS AUSSI QUE NOS COLLABORATEURS PEUVENT EN TIRER PARTI POUR DÉVELOPPER LEURS RÉSEAUX DE RELATIONS, STIMULER LEURS PASSIONS ET RENFORCER LEURS CONNAISSANCES.**

---



## QUEL INTÉRÊT POUR VOUS ?

Si les réseaux sociaux sont souvent perçus comme des moyens de communiquer dans un cadre privé, ils peuvent également s'avérer très utiles dans un cadre professionnel. Oui, mais comment ? En vous permettant de :

### Entrer en contact et tisser des liens

avec des experts, d'autres collaborateurs, et ainsi enrichir vos réflexions et votre réseau.

### Veiller facilement

sur des sujets clés, des tendances et évolutions, et ainsi renforcer vos connaissances et contribuer à la dynamique d'innovation du Groupe.



### Vous former sur des sujets émergents

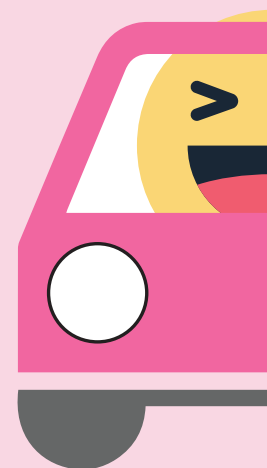
et ainsi vous permettre d'identifier des opportunités pour vous et pour votre entreprise.

### Vous tenir au courant

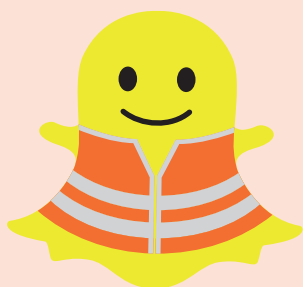
des actualités en général et des actualités de VINCI, de ses entités et filiales, et ce, à travers le monde.

### Vous faire découvrir des contenus

liés à votre entreprise, votre métier, vos projets, vos initiatives et vous donner les clés pour les partager auprès de votre réseau.



## QU'EST-CE QUE VOTRE E-RÉPUTATION ?



Savez-vous que tous les contenus (photos, vidéos, articles, messages, etc.) que vous partagez sur le web en général et desquels vous êtes clairement identifié comme auteur, sont indexés et donc susceptibles de vous être rattachés, à vous, et potentiellement à votre entreprise ?

Sur internet, votre nom devient l'équivalent d'une marque, il correspond à des résultats de recherche grâce auxquels tout le monde a la capacité de se faire une opinion de vous, bonne ou mauvaise.

—  
**MAIS TOUT COMME VINCI, VOUS AVEZ VOUS AUSSI LA POSSIBILITÉ DE TRAVAILLER VOTRE PRÉSENCE ET VOTRE IMAGE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX.**  
—

## COMMENT PROCÉDER ?

Découvrez ci-dessous quelques étapes clés, qui vous permettront d'y voir plus clair et de vous sentir à l'aise avec les réseaux sociaux sans avoir de craintes vis à vis de potentielles répercussions sur votre image ou celle de votre entreprise.

1



**Définir un rôle, un public et un objectif clair pour chacun de vos comptes sur les réseaux sociaux.**

**Exemple**

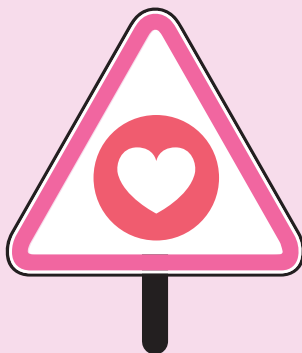
Mon profil Facebook a pour objectif d'entretenir des relations privées avec mes amis et ma famille, alors que mon profil LinkedIn a pour objectif de me connecter avec des relations professionnelles en lien avec mon activité.

2

**Ajuster les paramètres de confidentialité de vos différents comptes en accord avec le rôle que vous leur avez donné.**

**Conseil**

Si vous souhaitez restreindre la diffusion de vos messages et contenus à une sphère privée, et ainsi vous sentir plus libre de partager certains contenus qui vont sont personnels, vous avez la possibilité de régler vos « paramètres de confidentialité » sur Facebook ou encore Twitter.



3



**Bien sélectionner les informations personnelles que vous partagez.**

**Conseil**

Si avoir un profil bien renseigné est une condition pour exister et être considéré comme un utilisateur « sérieux » sur les réseaux sociaux, seuls les champs avec des astérisques sont obligatoires. Limitez donc comme vous le souhaitez les informations personnelles que vous partagez.

## ET SI JE VEUX CRÉER UN COMPTE, QUELS SONT LES ÉCUEILS À ÉVITER ?



1

### Utiliser une adresse email personnelle et non professionnelle.

Lors de la création d'un compte sur les réseaux sociaux, il vous est demandé d'utiliser une adresse email. Veillez à utiliser une adresse email personnelle, ce qui vous évitera de perdre votre compte en cas de mobilité professionnelle.

4

### Soignez votre profil sur vos réseaux sociaux.

Votre profil est une vitrine, il permet aux autres de juger de votre implication sur le réseau et conditionne la perception de vos propos. Veillez à télécharger une photo et une couverture de profil adaptée, c'est à dire qui corresponde à ce que vous êtes et à ce que vous souhaitez dire de vous.

2

### Utiliser un nom d'utilisateur qui n'est pas relié à votre entreprise.

Lors de la création d'un compte sur les réseaux sociaux, il vous est demandé de renseigner un nom d'utilisateur. Veillez à bien le distinguer de celui de votre entreprise (contre-exemple : Lola\_VINCI), au risque de ne plus pouvoir l'utiliser dans le cas d'un changement professionnel.

5

### Faites preuve de réserve si vous citez le nom de votre entreprise.

Si vous citez ou affichez les codes de VINCI ou de votre entreprise, faites preuve de réserve, notamment sur vos convictions politiques ou religieuses. Rappelez-vous que vous représentez le Groupe, et donc ses intérêts, et que la mention « mes publications n'engagent que moi » ne suffit pas à vous dégager de toute responsabilité.

3

### Pour votre mot de passe, faites un choix avisé.

Sur les réseaux sociaux, tout compte est relié à un mot de passe, qui vous permet d'accéder à votre profil de manière sécurisée. Veillez bien à utiliser et mélanger chiffres, lettres, majuscules, minuscules et caractères spéciaux.



## SUIS-JE PRÊT À ME LANCER ?

**GARDEZ EN TÊTE QUE CE QUE VOUS DITES SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX EST TOUJOURS SUSCEPTIBLE D'ÊTRE PARTAGÉ ET DONC POTENTIELLEMENT SORTI DE SON CONTEXTE. SI VOTRE NOM EST ASSOCIÉ À CELUI DE VOTRE ENTREPRISE SUR LE WEB, D'UNE QUELCONQUE MANIÈRE QUE CE SOIT, CELA PEUT L'IMPACTER.**

Au moment de partager un message ou un contenu sur les réseaux sociaux, dans un cadre personnel ou professionnel, posez-vous systématiquement les questions suivantes :

?

**Est-ce que j'assumerais, dans la vie et auprès de tous, les propos que je tiens et les contenus que je partage ?**

Le fait que l'échange ne se fasse pas en face à face ne vous dispense pas de suivre les mêmes règles qui s'appliquent lorsque cela est le cas. Les réseaux sociaux, bien que conviviaux, ne sont pas à prendre à la légère. N'y faites pas ce que vous ne feriez pas de manière générale ailleurs.

?

**Est-ce que mon attitude, mon ton et les mots que j'utilise sont respectueux ?**

Les règles de bienséance sur les réseaux sociaux sont les mêmes que dans la vie de tous les jours, veillez toujours à rester calme et à mesurer vos propos, notamment si vous échangez avec des utilisateurs qui critiquent votre entreprise ou le Groupe.

?

**Est-ce que les informations que je partage sont des informations véridiques et publiques ?**

La confidentialité s'applique également aux réseaux sociaux, assurez-vous toujours que les informations et contenus que vous publiez ne sont pas confidentiels et que, même si leur sujet est évoqué dans les médias, ils ont déjà fait l'objet d'une communication par votre entreprise ou le Groupe sur leurs plateformes officielles externes (sites internet et réseaux sociaux de votre entreprise et du Groupe) et non pas uniquement internes. Attention également aux fausses informations, veillez à bien vérifier vos sources.

?

**Est-ce que mes contenus et propos pourraient porter atteinte à l'image ou aux droits de l'un de mes collègues, amis ou à mon entreprise ?**

Les règles liées à la sécurité, au respect de la vie privée ou au droit d'auteur s'appliquent également sur les réseaux sociaux, veillez donc à ne pas formuler de propos insultants ou diffamatoires, à demander l'autorisation aux personnes concernées avant de les citer ou d'utiliser un contenu dans lequel ils sont représentés ou dont ils sont les auteurs.





### **Est-ce que mon identité et mon statut de collaborateur sont clairement identifiés?**

Dans le cas où vous vous exprimerez au sujet de VINCI ou de votre entreprise, privilégiez le « je » plutôt que le « nous ». En effet, si nous vous encourageons à partager les contenus qui vous tiennent à cœur, rappelez-vous que seuls les porte-paroles du Groupe sont habilités à prendre la parole en son nom. Si vous choisissez de vous insérer dans un débat, précisez également votre appartenance au Groupe, pour ne pas fausser les échanges.



### **Est-ce que ce compte qui arbore les logos, les couleurs et le nom de mon entreprise ou du Groupe est bien un compte qui lui est relié?**

Il est possible que l'image de votre entreprise ou du Groupe soit usurpée sur les réseaux sociaux. Si vous avez des soupçons sur un compte, n'hésitez pas à le partager avec votre service communication, votre aide leur est précieuse.



### **EN CAS DE DOUTE:**

---

**Référez-vous toujours aux plateformes officielles du Groupe ou de votre entreprise.**

**Renseignez-vous auprès de votre service communication ou en envoyant un email à l'adresse [social-media@vinci.com](mailto:social-media@vinci.com)**



## CARTES À JOUER

**Après avoir créé votre jeu de cartes, jouez et découvrez, seul ou en équipe, quelques bonnes pratiques liées à l'utilisation des réseaux sociaux !**

### MODE D'EMPLOI

**Découpez, selon les pointillés, les bords de chaque carte, puis pliez au centre pour obtenir un recto-verso. Collez-le tout si vous le souhaitez. Mélangez ensuite les cartes, puis recomposez, comme un puzzle, les 4 tableaux côté recto. Retournez-les enfin une par une pour découvrir le contenu de chaque série ainsi formée.**

**C'est à vous !**







1

Lola consulte les actualités de son compte Facebook, elle découvre la publication d'un ami dans laquelle VINCI est cité.

1



4

✓  
Paul doit vérifier auprès de sa hiérarchie, ou de son service communication, s'il est possible de parler du projet. Il est en effet fréquent qu'un client impose à VINCI, et à ses collaborateurs, de ne pas communiquer. Dans ce cas, Paul devra donc appliquer cette règle de discrétion.

7



1

**Gabrielle et ses collègues se sont lancés sur Twitter : ils l'utilisent chaque jour en oubliant parfois que leurs échanges, publics, peuvent être lus par des tiers.**

1



4



**Le nom du compte Twitter, une biographie incomplète ou encore l'absence d'historique avant ce tweet auraient pu alerter William. En cas de doute, il faut se fier aux informations relayées par les plateformes officielles du Groupe, qui se feraient naturellement l'écho de ce genre d'informations.**

7



2

**Gabrielle partage régulièrement sur son profil des informations liées à ses activités professionnelles. Ses messages sont souvent retweetés par ses abonnés.**

2

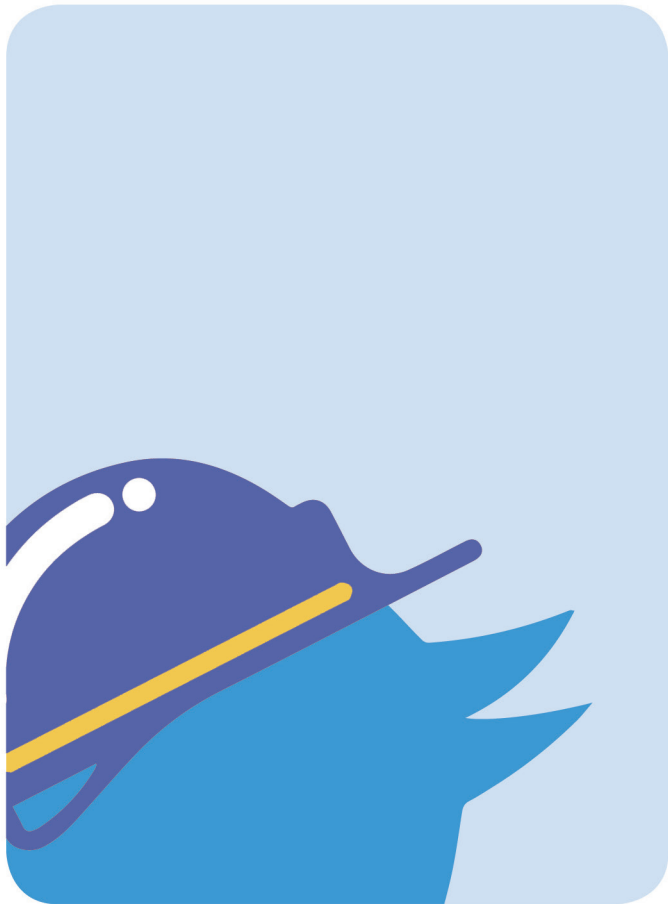


4

**Lola peut tout à fait décider de réagir. Elle doit, au préalable, vérifier la position du Groupe sur le sujet et s'y tenir. Pour contredire les commentaires négatifs, sa réponse doit être factuelle et mesurée. Lola peut aussi s'appuyer sur des sources étayées et officielles.**

7

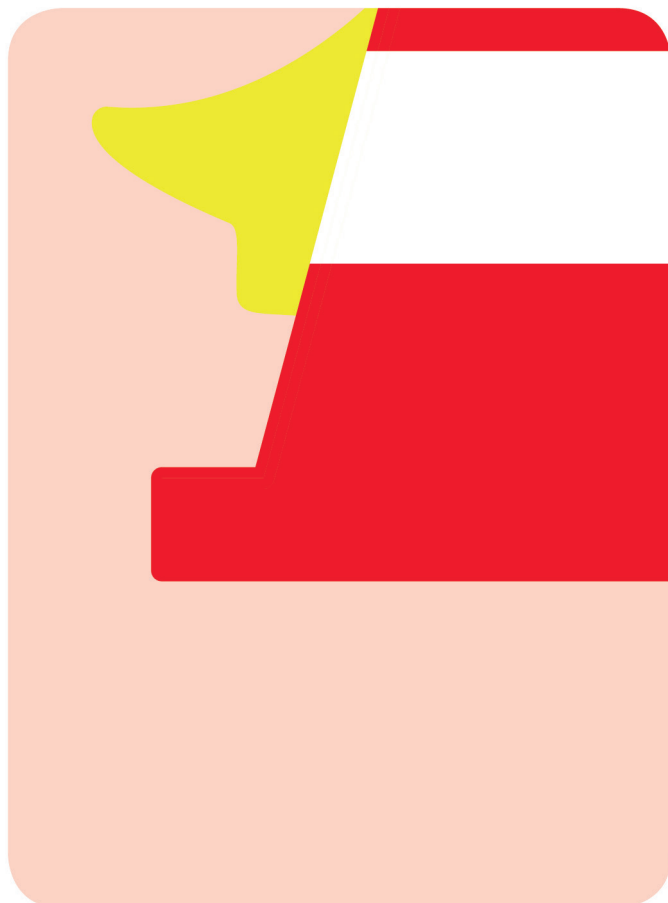




2

—  
**William se fie au compte :  
il partage les messages, leur  
donnant ainsi du crédit. Or, ce  
compte est un compte créé par  
un tiers malveillant qui a usurpé  
l'identité de l'entreprise.**

2



3



**QUE DOIT  
FAIRE  
PAUL?**



3



1

—

**William veille sur Twitter et repère des messages émis par un compte qui arbore les couleurs et le logo d'une entreprise du Groupe. Ce compte évoque un accident grave.**

1



4

✓

**Les informations partagées par Gabrielle peuvent, malgré elle, être perçues comme émanant de son entreprise. Elle doit donc toujours veiller à ne pas rendre publiques des informations confidentielles liées à la vie de son entreprise.**

7



2

Piquée par la curiosité, Lola consulte les commentaires et découvre des commentaires négatifs injustifiés qui peuvent nuire à l'image de VINCI.

2

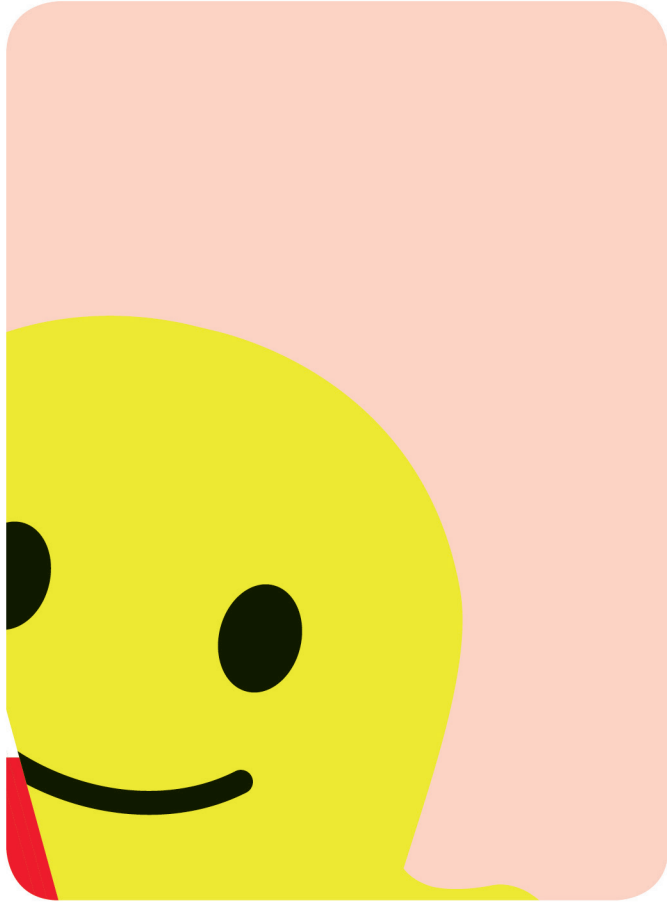
3



**QUE PEUVENT DEVENIR LES MESSAGES DE GABRIELLE ?**



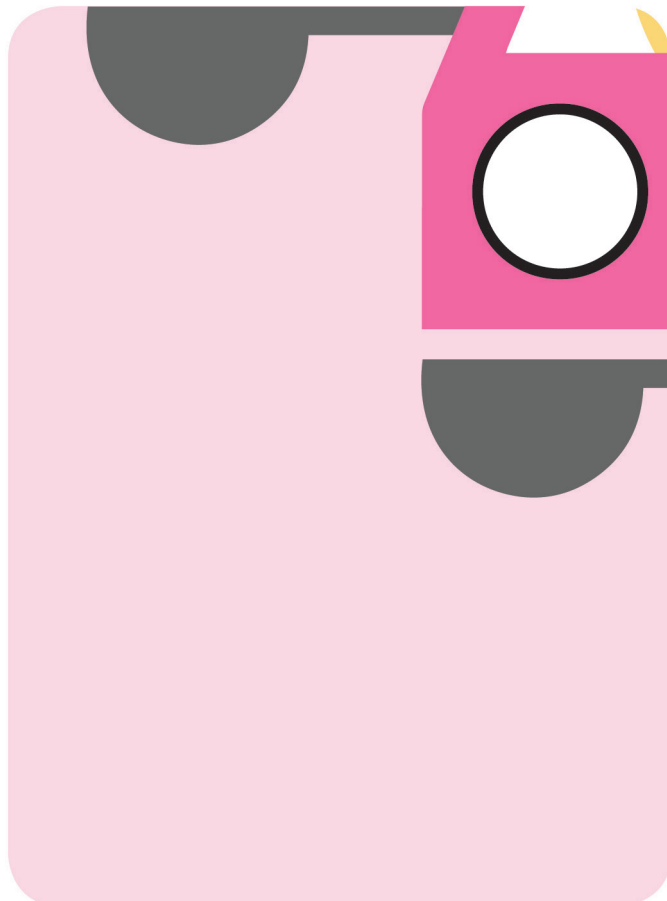
3



2

Il consulte les plateformes officielles du Groupe pour vérifier si le projet a fait l'objet d'une communication officielle. Ce n'est pas le cas.

2



3

COMMENT  
DOIT RÉAGIR  
LOLA ?



3



1

—  
**Paul découvre dans la presse spécialisée un article qui évoque le projet sur lequel il est en train de travailler.**

1



3



**COMMENT  
WILLIAM  
AURAIT-IL PU  
LE DÉTECTER ?**



3





# MEMO

**Gardez toujours à portée de main  
et en tête les 5 points clés à retenir  
avant de publier sur les réseaux sociaux  
(cf. pages 6 et 7)**

**Pliez et fabriquez vous-même votre MEMO  
à conserver sur votre bureau !**

## **MODE D'EMPLOI**

**Découpez les bords du pliage  
qui sont signifiés par des petits ciseaux,  
puis pliez en suivant les pointillés  
et en vous appuyant sur le modèle donné.**

**A vous de jouer !**

