



GUIDE DU BON USAGE MÉDIAS SOCIAUX



POURQUOI UN GUIDE ?

3

- Présentation
- Sensibiliser et responsabiliser

COMPRENDRE LES RISQUES

5

- La divulgation d'informations stratégiques
- L'engagement de responsabilité

CONSEILS POUR UN USAGE EN TOUTE SÉCURITÉ

7

- Les bons réflexes
- Cadre légal
- Confidentialité
- Contenu des publications
- Secret professionnel
- N'oubliez pas
- Pourquoi ces précautions ?
- Exemples

GLOSSAIRE

16

- Glossaire général
- Glossaire Twitter
- Glossaire Facebook

SOURCES

20

CRÉDITS

22

TÉLÉCHARGEZ CE GUIDE SUR [HTTP://INTRANET.MI](http://intranet.mi)

// POURQUOI UN GUIDE ?

Les médias sociaux sont des sites internet proposant des contenus fondés sur la participation des internautes, le partage et l'échange. Les services qu'ils offrent à leurs utilisateurs sont très variés : courriels, wikis, diffusion d'actualités, partage de contenus (photos, vidéos, musique), géolocalisation, discussions instantanées, etc.

Aujourd'hui, les médias sociaux sont devenus des modes de communication très développés dans le domaine du numérique, pour mettre en relation des individus autour d'intérêts communs.

Les médias sociaux rendent les échanges plus simples et plus rapides et favorisent les interactions.

À savoir

68 % des Français sont membres d'au moins un réseau social*.

Le ministère de l'Intérieur est présent sur plusieurs médias sociaux (**Facebook**, **Twitter**, **Dailymotion**, **Flickr**, **YouTube**, **Tumblr**), afin de diffuser de l'information, toucher de nouveaux publics, et rassembler une communauté autour des sujets d'actualité relatifs aux missions de l'Intérieur.

* Données Janvier 2014 : 28 millions d'utilisateurs actifs sur Facebook, soit 42% des Français. Plus de 72 millions de téléphones portables activés, soit plus d'un téléphone par personne. Un internaute Français passe en moyenne 4h07 par jour sur Internet (via un ordinateur). Les mobinautes surfent en moyenne 58 minutes par jour sur leur smartphone. Les membres des réseaux sociaux passent en moyenne 1h29 par jour sur ces espaces.

// POURQUOI UN GUIDE ?

Agent du ministère de l'Intérieur, vous avez le droit d'utiliser ces outils pour communiquer au quotidien avec vos proches et partager de l'information.

Cette utilisation est tolérée dans le cadre de votre activité professionnelle.

Dans ses rapports de mars 2001 et février 2002, la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés dispose en effet qu'un usage raisonnable et modéré des connexions à Internet doit être toléré par l'employeur.

Sachez néanmoins que l'usage des médias sociaux ne doit pas empiéter sur votre temps de travail : à titre d'exemple, ont été considérées par les juges comme abusives 41 heures d'utilisation d'Internet à des fins personnelles par mois, soit une moyenne d'environ 1 heure 30 par jour (*Cass. soc., 18 mars 2009, n° 07-44.247*).

SENSIBILISER ET RESPONSABILISER

Regroupant un ensemble de bonnes pratiques destinées à vous accompagner dans votre démarche de publication sur les médias sociaux, ce guide a pour vocation de vous sensibiliser aux risques potentiels et de vous aider à vous poser les bonnes questions avant de publier des contenus.

Ainsi, il vous permettra de faire un usage en toute sécurité des médias sociaux, sans compromettre l'image du ministère de l'Intérieur et en respectant le devoir de réserve et la discrétion professionnelle qui s'imposent à vous.

N'hésitez pas à partager ce guide avec vos familles et vos proches.

// COMPRENDRE LES RISQUES

LA DIVULGATION D'INFORMATIONS STRATÉGIQUES

Sur les médias sociaux, le principal risque reste la divulgation d'informations sensibles ou classifiées relatives aux opérations menées. La publication d'un statut au premier abord anodin, d'une photo ou d'une vidéo peut parfois révéler des informations confidentielles stratégiques.

Grâce aux nombreux services proposés, les médias sociaux constituent une source d'informations très riche pour des services de renseignement, afin d'obtenir des informations sur les institutions.

De par vos missions, ce risque doit donc être une préoccupation constante dans votre utilisation des médias sociaux : soyez extrêmement attentif lors de vos publications, en vérifiant la nature des informations que vous publiez.

Rappelez-vous

Les destinataires de vos informations ne sont pas tous bienveillants.

Cette vigilance est d'autant plus importante du fait de la viralité et de la rapidité de propagation de l'information sur les médias sociaux.

// COMPRENDRE LES RISQUES

L'ENGAGEMENT DE RESPONSABILITÉ

Sur les médias sociaux, la frontière entre le cadre professionnel et la vie privée devient vite très mince.

Lorsque vous vous exprimez en votre nom propre sur les médias sociaux, en mentionnant votre profession ou le rattachement au ministère de l'Intérieur, vous représentez, pour ceux qui vous lisent ou vous écoutent, le ministère de l'Intérieur. Vous reflétez donc une partie de l'image du ministère de l'Intérieur.

Exemple : @Jean-Dupont, adjoint administratif à la préfecture de Meurthe-et-Garonne sur Twitter : « tous les flics sont des ripoux »

Par ses propos, Jean Dupont met en cause l'honorabilité du ministère. Dans sa qualité d'agent du ministère, il encourt une sanction disciplinaire

L'utilisation d'un pseudonyme, même si elle limite davantage les effets de la prise de parole par rapport à une communication en votre nom personnel et accroît votre liberté d'expression, ne vous exonère pas de respecter le cadre légal dans la rédaction de vos contenus sur les médias sociaux.

Exemple : @anonymous n'engage pas l'image du ministère de l'Intérieur. Pour autant, l'anonymat de l'autorise pas à enfreindre la loi : les propos racistes, antisémites, l'incitation à la haine, la pédopornographie sont punies de lourdes sanctions pénales.

// CONSEILS POUR UN USAGE EN TOUTE SÉCURITÉ

LES BONS RÉFLEXES

The image shows a simulated Facebook profile page for 'John Doe'. The page layout includes a header with the Facebook logo and navigation links, a profile picture area, a cover photo area, and a main content area with posts. Several callout boxes with white text on a dark background point to specific elements on the page:

- N'utilisez pas le logo du ministère de l'Intérieur pour illustrer votre profil personnel**: Points to the profile picture area.
- Préférez l'utilisation d'un pseudonyme**: Points to the name 'John Doe'.
- Soyez vigilant quant à vos publications photos et vidéos**: Points to a post in the main content area.
- Calibrez soigneusement les paramètres de confidentialité**: Points to the top right navigation area.
- Protégez vos proches, limitez leur exposition**: Points to the 'À propos' section, specifically to the work information 'Travaille chez Ministère de l'Intérieur'.
- Rédigez vos publications à la première personne du singulier**: Points to a post in the main content area.
- Posez-vous un maximum de questions sur la nature des informations que vous publiez**: Points to a post in the main content area.

// CONSEILS POUR UN USAGE EN TOUTE SÉCURITÉ

CADRE LÉGAL

N'utilisez pas le logo du ministère de l'Intérieur lorsque vous vous exprimez sur les médias sociaux. Le logotype « Marianne » est une marque déposée et protégée ; vous encourez des sanctions en cas d'utilisation abusive ou de contrefaçon.

Respectez le cadre légal dans vos publications : n'utilisez pas de texte, photo ou vidéo sans l'autorisation du titulaire du droit à la propriété intellectuelle concerné (droit d'auteur, droit à l'image, droit des marques).

CONFIDENTIALITÉ

Pensez à **vérifier régulièrement les paramètres de confidentialité** : les plateformes de réseaux sociaux les modifient souvent sans préavis.

Choisissez **des mots de passe complexes** pour dissuader les personnes mal intentionnées. Un mot de passe complexe comporte au minimum 10 caractères (combinaison de chiffres, de lettres minuscules et majuscules et de caractères spéciaux) et est d'autant plus robuste s'il est changé régulièrement.

Désactivez la géolocalisation, le géotaggage sur vos comptes de réseaux sociaux.

Activez la fonction qui vous alerte en cas de « taggage » par une personne.

Maîtrisez votre contenu : Ajustez vos paramètres de confidentialité pour limiter l'accès aux publications à votre famille et vos amis.

// CONSEILS POUR UN USAGE EN TOUTE SÉCURITÉ

CONTENU DES PUBLICATIONS

Réfléchissez à ce que vous publiez : **le droit à l'oubli numérique n'existe pas sur Internet**. Les données mises en ligne sur le Web sont difficiles à supprimer.

Ce que vous publiez vous engage : l'utilisation d'un pseudonyme ne permet pas de publier n'importe quoi et de s'affranchir des règles de la loi.

Posez-vous un maximum de questions sur la nature des informations que vous souhaitez publier :

- Faites preuve de réserve sur vos opinions politiques, religieuses ou philosophiques.
- Ne commentez pas les prises de position de votre hiérarchie, du ministre ou du ministère de l'Intérieur.

SECRET PROFESSIONNEL

Que vous interveniez sous votre identité ou sous un pseudo, respectez le secret profession-

nel en veillant à ce qu'aucune information sensible ou classifiée ne soit publiée sur les médias sociaux sur lesquels vous êtes inscrit (vérifiez les arrières-plans des photos et vidéos).

N'évoquez aucun événement ou mission en cours ou achevé. Cette vigilance doit être d'autant plus forte si vous faites l'objet d'une habilitation Confidentiel défense / Secret défense / Très secret défense.

Pendant une intervention, n'oubliez pas l'**obligation de discrétion professionnelle** à laquelle vous êtes soumis concernant tous faits, informations et documents dont vous avez connaissance. Ne commentez pas votre intervention sur les médias sociaux : pas de dates, de lieux, de photos ni de « live-tweet ».

Restez discret sur vos fonctions sur les réseaux sociaux professionnels (**LinkedIn, Viadeo**) : détaillez très peu vos missions et vos activités.

// CONSEILS POUR UN USAGE EN TOUTE SÉCURITÉ

N'OUBLIEZ PAS



Préservez la neutralité du service public

l'expression de vos opinions doit demeurer dans votre sphère privée.



Respectez votre devoir de réserve

vos prises de position doivent en tenir compte.



Connaissez vos contacts

Et réservez-vous le droit de refuser des demandes d'amis.



L'oubli numérique n'existe pas

Le Web garde en mémoire tout ce qui y est mis en ligne.



Veillez à votre identité numérique

En tant qu'agent du ministère, vous représentez l'Institution.

// CONSEILS POUR UN USAGE EN TOUTE SÉCURITÉ

N'OUBLIEZ PAS



Veillez aux arrières-plans de vos photos

Assurez-vous qu'ils ne comportent pas d'information préjudiciable.



Détaillez peu vos missions

En particulier sur les réseaux sociaux professionnels.



Activez la fonction d'alerte en cas de taggage

Afin d'être au courant des contenus vous concernant.



Désactivez la géolocalisation

Sur Facebook, la géolocalisation est automatiquement activée, pensez à la désactiver.



Respectez le secret professionnel et le devoir de réserve



Optez pour des mots de passe complexes

// CONSEILS POUR UN USAGE EN TOUTE SÉCURITÉ

POURQUOI CES PRÉCAUTIONS ?

Garantir le bon déroulement des missions

En divulguant des informations confidentielles comme les dates, lieux et personnes concernées, vous mettez en péril vos missions et vos collègues : des individus curieux ou malveillants pourraient compromettre ou entraver vos missions.

Ne pas nuire à votre fonction

Une enquête peut être compromise même sans obstruction extérieure, simplement par des publications : si elles s'avèrent illégales, elles peuvent constituer un vice de procédure. Les personnes mises en cause pourraient alors s'en servir à leur décharge. Dans l'exercice de vos fonctions, vous représentez et incarnez le ministère de l'Intérieur.

Préserver les victimes et le bon déroulement de l'enquête

De simples publications peuvent nuire aux victimes. Si leur identité ou le préjudice à leur encontre est révélé, les victimes risquent des représailles, en plus de voir le déroulement de l'enquête perturbé.

Préserver votre entourage

La mise en ligne de photographies personnelles assorties d'informations relatives à votre qualité d'agent du ministère de l'Intérieur peut avoir pour conséquence de mettre en danger vos proches lorsqu'ils sont identifiés au sein de vos publications.

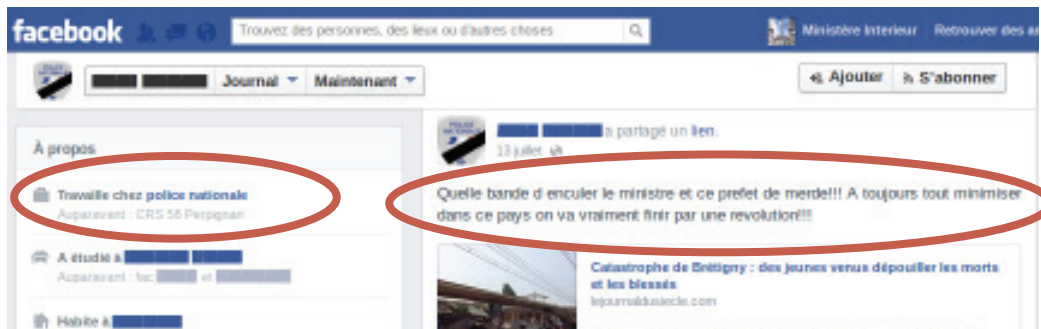
// CONSEILS POUR UN USAGE EN TOUTE SÉCURITÉ

EXEMPLES

Porte atteinte à l'image du ministère de l'Intérieur et à votre professionnalisme



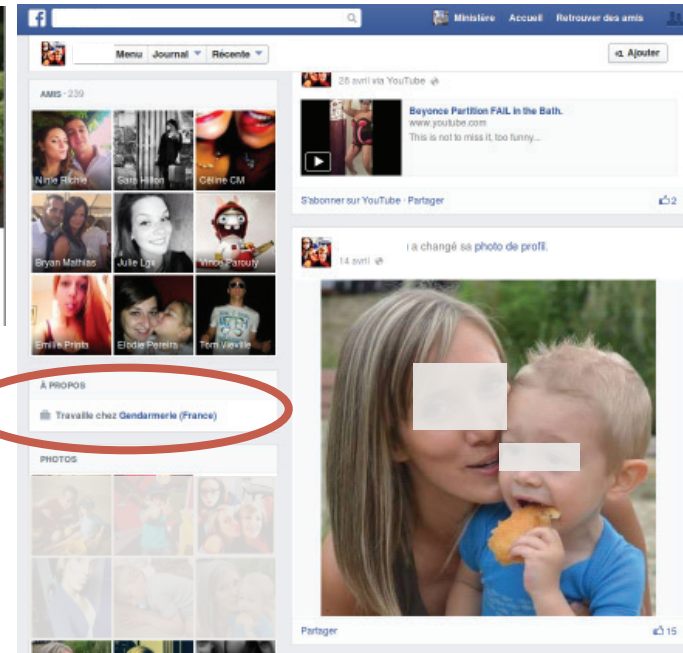
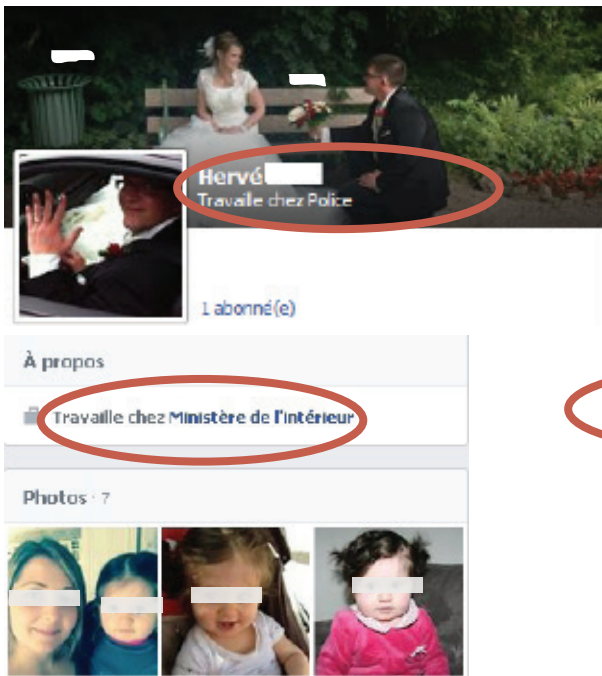
Critiquer les décisions est passible de sanction disciplinaire



// CONSEILS POUR UN USAGE EN TOUTE SÉCURITÉ

EXEMPLES

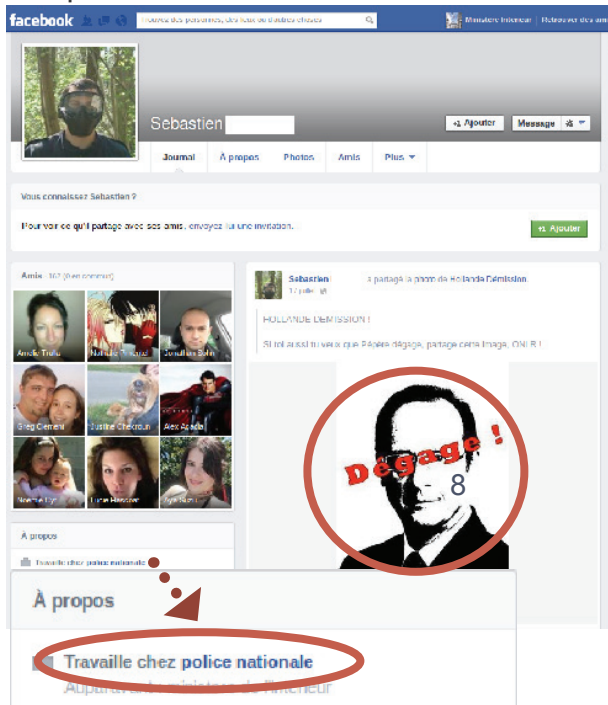
– Mise en danger de votre famille et de vos proches



// CONSEILS POUR UN USAGE EN TOUTE SÉCURITÉ

EXEMPLES

- Critiquer les prises de position de votre hiérarchie ou de votre employeur est passible de sanction disciplinaire



// GLOSSAIRE

Médias sociaux :

Appellation regroupant les sites de partage (**Flickr, Picasa, Dailymotion**), de discussion (**phpBB**), de commerce (**Groupon**), de localisation (**Foursquare**), de réseau professionnel (**LinkedIn, Viadeo**), de jeux (**Habbo, Zynga...**) et de publication (**Tumblr**) et naturellement les plus connus, **Facebook, Twitter et Google +**.

Ils favorisent les interactions entre les individus ou les groupes d'individus.

Réseaux sociaux :

Sites capables de fédérer des individus autour d'un intérêt commun (photos, actualités...), les réseaux sociaux mettent à disposition des utilisateurs des outils (messageries, partage de contenus...) qui facilitent la communication entre les membres du réseau.

Géolocalisation :

Fonction disponible à partir d'un terminal mobile ou d'un navigateur web et permettant de situer géographiquement une action « Paul se trouve près de la place Beauvau » ou un document (photo, article, etc...).

Taggage :

De l'anglais «*to tag*» : labéliser, marquer.

Action d'associer un mot-clé, un terme à une publication (texte, image, vidéo). Le taggage permet de regrouper facilement les informations contenant les mêmes mots-clés. Il permet aussi de relier le contenu à une personne ou un profil.

Il peut être nominatif ou géographique.

Animateur de communauté :

[*Community manager*] Personne chargée de fédérer une communauté d'internautes autour d'intérêts communs, d'animer des échanges sur ce thème, tout en veillant au respect des règles de bonne conduite au sein de la communauté.

// GLOSSAIRE TWITTER

@ / At / Arobase :

Le symbole @ est utilisé pour mentionner ou interpeller un utilisateur dans un message. Ce dernier pourra visualiser les questions ou les citations dont il fait l'objet dans la zone « @Connecter ».

Message privé ou DM :

« Direct Message » en anglais. Parfois simplement appelé « message », un message privé est un tweet privé uniquement accessible à l'expéditeur et au destinataire. Un tweet se transforme en DM s'il commence par « D + nom d'utilisateur ».

Fil d'actualité :

« *Timeline* » en anglais. Il s'agit de l'endroit où s'affichent les messages postés par les personnes que vous suivez. Les tweets les plus récents figurent en haut de page.

Abonné / Follower :

Utilisateur suivant votre compte. À l'instar de Facebook, les tweets du compte apparaîtront sur un fil d'actualité.

/ Hashtag / mot dièse :

Placé devant un mot sans espace, le dièse permet de signaler une thématique, un mot-clé.

Mention :

Tweet contenant un nom d'utilisateur précédé du symbole @.

Message / Tweet :

Message comportant 140 caractères maximum, lien (URL) compris (les URL sont raccourcies automatiquement).

Retweet / RT :

Partager, faire suivre à ses abonnés un tweet d'une tierce personne.

Suivre :

Suivre un compte Twitter, ou s'abonner à ses tweets, signifie recevoir les messages d'un utilisateur dans son fil d'actualité.

Twittos :

Utilisateurs de Twitter.

// GLOSSAIRE FACEBOOK

Ami :

Personne avec laquelle vous êtes connecté et avec qui vous échangez du contenu. Une validation du propriétaire de la page est nécessaire afin d'accepter la demande d'amitié.

Commentaire :

Remarque, observation laissée sur votre page par un de vos amis. Il est possible de désactiver les commentaires sur une page personnelle mais pas dans un groupe.

J'aime / Like :

Bouton qui permet d'indiquer un avis positif sur un contenu mais également d'intégrer un groupe.

Groupe :

Communauté partageant un intérêt commun, il peut être fermé ou ouvert.

Profil :

Ensemble de pages créées à titre personnel sur Facebook, lors de la création de votre compte. Le profil comprend plusieurs onglets, notamment le journal et un onglet regroupant les informations que vous avez renseignées (« à propos »).

Fil d'actualité / Newsfeed :

Espace d'affichage chronologique des informations postées par vos amis, les groupes que vous suivez et vous-même.

// GLOSSAIRE FACEBOOK

Journal / Timeline :

Zone sur votre profil où s'affichent les informations que vous publiez ainsi que celles publiées par vos amis. Toutes les publications s'affichent par ordre chronologique, de la plus récente à la plus ancienne. Sur la droite du journal, une petite colonne répertorie les années, afin de classer les publications par date. La présentation sous forme de journal est commune aux profils et aux pages fan.

Page fan :

Une page permet à une organisation, une entreprise, une marque... de se connecter avec d'autres personnes ayant un compte sur Facebook. Lorsque vous êtes fan d'une page, vous recevez sur votre fil d'actualité les nouvelles publications de la page.

Partager / Share :

Action de mettre à disposition sur son espace, un article, une image, un commentaire... Le partage est l'un des principaux piliers du réseautage social.

Post :

Contenu publié sur son journal (articles, photos, vidéos...).

Fan :

Personne ayant indiqué qu'elle aimait votre page en cliquant sur le bouton « J'aime » situé en haut de la page. Pour annuler cette action, elle doit revenir sur votre page et cliquer sur « Je n'aime plus ».

// SOURCES

Sources juridiques sur le secret professionnel et le respect de l'anonymat de certains fonctionnaires :

- Article 26 de la loi du 13 juillet 1983 sur le devoir de discrétion professionnelle et le secret professionnel.
- Article 226-13 du code pénal relatif au secret professionnel.
- Arrêté du 7 avril 2011 relatif au respect de l'anonymat de certains fonctionnaires de police et militaires de la Gendarmerie nationale.

Recommandations de l'agence nationale de la sécurité des systèmes d'informations :

- Recommandations relatives à l'utilisation des ordinateurs dans le cadre de votre activité professionnelle. Note technique du 19 juin 2013.
- Recommandations de sécurité relatives aux mots de passe. Note technique du 5 juin 2012.

Notes de la Direction Générale de la Police Nationale :

- Sensibilisation à la question des réseaux sociaux - Note DGPN n° 2010-003943-D du 3 juin 2010.
- Sécurité et confidentialité sur les réseaux sociaux - Note DCPJ du 2 septembre 2013.
- Alerte de sécurité à l'attention des policiers titulaires d'un compte Facebook - Note DGPN n° 2013-6142-D du 13 septembre 2013.

// SOURCES

Sources gouvernementales :

- « Guide du bon usage des médias sociaux » : Gendarmerie nationale.
- « Les bonnes pratiques des réseaux sociaux » : Préfecture de Police de Paris.
- « Le guide du bon usage des médias sociaux » : Brigade des sapeurs-pompiers de Paris.
- « Guide du bon usage des médias sociaux » : Ministère de la Défense.
- « Protéger l'information, notre affaire à tous » : Ministère des Affaires étrangères.
- « Le guide des réseaux sociaux » : Service d'information du Gouvernement.

Réseaux sociaux et identité numérique :

- www.cnil.fr > les-themes > internet-telephonie > reseaux-sociaux
- www.cnil.fr > les-themes > internet-telephonie > actualite > publication-des-photos-sur-internet-comment-partager-sans-se-sur-exposer
- www.cnil.fr > les-themes > identite-numerique
- www.securite-informatique.gouv.fr

Surveiller son e-reputation :

<http://ereputation.paris.fr>

Plus d'informations sur :

- <http://dlpaj.mi> > Lettre d'infos > Juillet-Août 2013 > Le fonctionnaire et la liberté d'expression : plusieurs exemples de limitations liées au devoir de réserve ou de neutralité
- www.lagazettedescommunes.com > devoir-de-reserve-et-internet-surfer-sans-deraper-reseauter-sans-derailer.

// CRÉDITS

MI/SG/DICOM - Division de la communication électronique - Juillet 2014

Directeur de la publication : David Julliard.

Conception éditoriale : Stéphane Ritter, Clémentine Cabrol.

Conception graphique : Marie My Senilhe

Contact : actuweb.comm@interieur.gouv.fr

Suivez l'actualité du ministère de l'intérieur sur les comptes de réseaux sociaux :

Twitter : @Place_Beuvau

Facebook : <https://www.facebook.com/ministere.interieur>

Dailymotion : http://www.dailymotion.com/Ministere_interieur

Flickr : https://www.flickr.com/photos/ministere_interieur/

Mobile : <http://mobile.interieur.gouv.fr>

Remerciements :

Nous remercions les différents contributeurs et relecteurs de ce guide au sein des services et directions suivantes : SG/SHFD, SG/DRH, SG/DLPAJ, DGPN, DGGN.

// NOTES



www.interieur.gouv.fr