

Charte des réseaux sociaux

du Groupe Centre France



2020

La charte : à quoi sert-elle ?

LES TITRES DU GROUPE CENTRE FRANCE, TRÈS PRÉSENTS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX, - FACEBOOK, TWITTER OU INSTAGRAM -, RECENSENT PLUSIEURS DIZAINES DE MILLIERS D'ABONNÉS. VECTEURS D'AUDIENCE POUR NOS PRODUCTIONS ÉDITORIALES. LES RÉSEAUX SOCIAUX PERMETTENT UNE AUTRE PROXIMITÉ AVEC LES LECTEURS SUR CETTE ROUTE TRÈS FRÉQUENTÉE DE L'INFORMATION EN LIGNE. IL CONVIENT DE PRÉCISER CERTAINES RÈGLES À L'INTENTION DES JOURNALISTES QUI LES ANIMENT OU S'Y EXPRIMENT. CAR LES RÉSEAUX SOCIAUX NE SONT PAS DES ZONES DE NON-DROIT.

Plusieurs objectifs

RÉACTIVITÉ

De la même manière que les lecteurs nous rencontrent dans les rédactions, nous joignent par téléphone ou par mail, ils nous contactent par l'intermédiaire de nos réseaux sociaux : remontée d'informations, demandes de précisions, interrogations. Il importe qu'aucun message ne reste sans réponse, et que la réactivité soit de mise.

QUALITÉ

Les dizaines de milliers d'abonnés à nos réseaux sociaux amplifient l'écho donné aux publications et aux commentaires. Par leur travail de « modération », les animateurs des pages Facebook ont la responsabilité de veiller à la qualité des débats en évitant les débordements, la diffusion de fausses informations, etc.

ENGAGEMENT

Les réseaux sociaux du groupe Centre France sont également un vaste terrain d'interaction pour les lecteurs : appels à témoin, témoignages, photos, vidéos.

1. Ce que l'on publie

SUR FACEBOOK

- Les liens vers nos articles, tout au long de la journée : le post contient le lien, une image et un texte d'accompagnement, qui se veut engageant.
- Facebook sert également à diffuser des appels à témoignage pour nourrir des reportages, écrire des articles collaboratifs et participatifs, sur le web et le print. Le post doit comporter une image pour être visible et incitatif avec des expressions comme "décrivez-nous", "racontez-nous". Inviter les gens à répondre en commentant le post, ou par message privé.
- Nous relayons des consultations, des appels à envoyer des documents, des opérations marketing, etc.
- L'utilisation des pages Facebook doit être régulière.
- Les pages qui ne sont plus, ou presque plus, actives doivent être supprimées.

SUR TWITTER

- Nos informations, mais aussi des réponses à des interpellations, en public ou en message privé.
- Twitter est aussi un outil de veille et permet aux journalistes de repérer et de contacter des sources, ou d'être interpellés sur des sujets (signalement d'informations, de précisions, questions...). Les comptes officiels des titres permettent aussi de retweeter les tweets des journalistes postés dans le cadre professionnel.

SUR INSTAGRAM

- Reportages photo, stories

2. Répondre aux lecteurs

Les réseaux sociaux constituent un canal supplémentaire de communication directe et de proximité avec nos lecteurs. D'où l'importance de traiter toutes les demandes et d'apporter la « bonne » réponse.

D'où la nécessité pour les rédactions de **lister un certain nombre de réponses types pour les questions récurrentes**, réponses accessibles :

- vers qui orienter en cas de problème avec l'abonnement.
- vers qui orienter les demandes de publications d'état civil.
- vers qui orienter les demandes de photos.
- vers qui orienter les demandes d'exemplaires du journal.
- vers qui orienter les demandes d'archives.
- vers qui orienter les demandes d'anonymisation d'articles
- comment expliquer le paywall.

Lister également les adresses mail à qui renvoyer les sollicitations pour écrire un article, pour demander un partenariat, une demande commerciale, ou rencontrer un journaliste.

COMMENT RÉPONDRE ?

Toute interpellation directe du média, en commentaire ou en message privé, implique une réponse (sauf insultes ou menaces).

- Pas de second degré ou de tutoiement. Il peut y avoir de la proximité mais jamais de familiarité.
- S'efforcer de toujours garder son calme.
- Garder à l'esprit que nous ne sommes pas à l'abri de copies d'écran des messages qu'on échange.
- Savoir également **remercier et valoriser les lecteurs** quand ils nous transmettent une information (à transmettre à la rédaction pour vérification), une image, une vidéo, une réponse à un appel à témoignage ou nous signalent une faute.
- Quand ils nous transmettent une image ou vidéo, par message privé ou en commentaire toujours demander en réponse l'autorisation de réutiliser le document, ainsi que le crédit à faire paraître.
- Quand les images font apparaître des mineurs, demander l'autorisation explicite des parents ou des représentants légaux avant d'utiliser l'image.

3. La modération

QUELLES SONT LES LIMITES À NE PAS FRANCHIR ?

Légales, mais pas seulement. Des conversations peuvent dériver sans que les limites légales ne soient franchies. Attention à ce qui est agressif, au trollage, à la spéculation sur les faits divers, à la diffusion et l'amplification de fausses informations. Rien qui ne nuise au débat constructif : utile, engageant...

Éviter, en cas de sujet sensible, de poster l'article sur Facebook sans être en mesure d'en **surveiller les éventuels dérapages**.

COMMENT S'ASSURER DE LA QUALITÉ DES DÉBATS ?

Avec plusieurs dizaines de milliers d'abonnés, difficile d'avoir l'œil sur tout, tout le temps. Facebook permet d'établir une liste de mots interdits, qui permet de masquer automatiquement les commentaires dans lesquels ces mots apparaissent. Ce qui est un outil utile. Mais ce filtre ne traite pas les messages postés sous forme d'image ou de gif. Ce qui n'est pas accepté sous forme de texte ne doit pas l'être non plus sous quelque autre forme.

QUE FAIRE QUAND LES LIMITES SONT FRANCHIES ?

Plusieurs possibilités s'offrent aux gestionnaires de pages Facebook face à des commentaires qui dérapent : répondre au commentaire en public, envoyer un message privé à la personne, masquer le commentaire, supprimer le commentaire, bannir l'utilisateur, supprimer le post. voire ne pas intervenir, si les commentateurs s'auto-modèrent les uns les autres (cas idéal).

Plusieurs cas de figure (non exhaustifs) :

- Si le commentaire ne rentre pas dans le cadre légal : «supprimer».
- Si l'abonné est souvent hors du cadre légal : «bannir». Quand on bloque une personne, il est nécessaire de conserver une capture d'écran au cas où il nous est demandé ultérieurement des explications.
- Si le troll est légal : utiliser l'option «masquer» proposée par Facebook.
- Si la publication génère un flot de messages hors du cadre légal : on supprime le post tout simplement.

4. L'utilisation des réseaux sociaux par les salariés du Groupe

Dans le cadre professionnel, l'utilisation des réseaux sociaux peut permettre d'incarner la production éditoriale à travers les reporters sur le terrain. Les salariés du groupe utilisent également ces mêmes réseaux sociaux à titre personnel. Ce qui est publié sur une page Facebook privée, dans le respect du cadre légal, appartient à chacun. Il incombe à tous d'être vigilant quant à la confidentialité et au caractère privé de son compte, tout en étant conscient que des propos tenus sur les réseaux sociaux, dans un cadre privé, peuvent acquérir un statut public (copie d'écran qui circule, notamment).

Les salariés s'efforcent d'être vigilants quant à la fiabilité des sources et informations qu'ils diffusent sur les réseaux sociaux. Leurs propos doivent être conformes à la charte de déontologie du Groupe.

Annexe

La charte des réseaux sociaux
à destination des lecteurs
(public)



La charte des réseaux sociaux à destination des lecteurs (public)

La page Facebook a pour objectif de développer une communauté Internet conviviale autour des actualités du journal, et de lui donner l'occasion de se rencontrer au sein d'un espace public d'échange d'opinions, d'idées ou de connaissances. Par sa page Facebook, le journal sollicite régulièrement ses lecteurs dans le cadre d'appels à témoignages. Ces derniers peuvent par ailleurs prendre l'initiative de signaler des informations par message privé.

Les contributions des utilisateurs, qu'il s'agisse de témoignages, conseils, photographies, vidéos, signalements d'informations, etc. sont appelées à être intégrées dans la production éditoriale du journal. Les abonnés de la page pourront ainsi être contactés en cas de besoin, par message privé, afin d'obtenir des précisions sur un sujet donné. Concernant les appels à cagnotte, elles sont à signaler en message privé à la rédaction, qui détermine ensuite si un article pourra être rédigé.

DROITS ET DEVOIRS DES UTILISATEURS

Vos contributions doivent respecter la courtoisie nécessaire au bon déroulement des débats.

Vos contributions doivent utiliser un langage correct et compréhensible.

Vos contributions ne doivent pas présenter de caractère répétitif. Les utilisateurs s'efforcent de lire le contenu des articles avant de les commenter. Les familles et proches de personnes impliquées dans des faits divers étant potentiellement lecteurs des commentaires, les utilisateurs de la page évitent de spéculer sur ces faits et d'écrire des propos blessants.

En devenant utilisateur de la page Facebook, vous vous engagez notamment à ce que le contenu de vos contributions respecte les lois et règlements en vigueur.

Sont notamment interdits :

- tout message entrant dans le champ d'application de l'[article 24 de la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse](#)
- messages publicitaires
- messages incitant à la haine raciale
- messages niant les crimes contre l'humanité
- messages appelant au meurtre
- messages portant atteinte à la mémoire des morts
- messages portant atteinte à la vie privée
- messages proxénètes
- insultes (et propos grossiers, agressifs, irrévérencieux, etc.)
- messages diffamants (imputation d'un fait portant atteinte à l'honneur ou à la considération de la personne physique ou morale, ou du corps auquel le fait est imputé)
- messages incitant au piratage informatique
- messages incitant à la consommation de drogues, d'alcool, de tabac
- copies de messages privés ou de correspondance (en violation du secret de la correspondance)
- les messages dont le contenu est une fausse information déjà vérifiée
- messages à caractère pédophile et proxénète

MODÉRATION

L'espace de discussion constitué par le «Mur» de la page Facebook est modéré a posteriori dans le but d'une utilisation paisible de cette page et de permettre des échanges constructifs entre les utilisateurs de cette page.

En devenant utilisateur de la page Facebook, vous reconnaissez la possibilité pour le modérateur de cette page de contrôler les contributions et de supprimer à tout moment, toute contribution.

Nous vous rappelons qu'en tant que propriétaire de la page Facebook, nous sommes responsables de ce qui est publié sur ce compte et nous observons donc la plus grande vigilance.

Par conséquent, le modérateur pourra supprimer toute contribution hors du cadre légal et en contradiction avec les principes édictés dans la présente charte.

Le modérateur pourra supprimer toute contribution contraire à ce qui est prescrit dans le paragraphe précédent.

L'équipe d'animation du journal se réserve le droit de bannir de sa page Facebook tout internaute dont les contributions seraient systématiquement rejetées.

Foire aux questions

(usage interne)



Doit-on et à qui faire un signalement lorsqu'un commentaire est manifestement illégal ?

Il est de notre responsabilité de supprimer les contenus manifestement illicites, dans les délais les plus courts.

Quelle est la marche à suivre quand le titre ou un journaliste est insulté ou menacé ?

En informer sa hiérarchie qui informera à son tour la direction des rédactions afin de prendre rapidement les mesures adéquates en fonction de la gravité des faits. Et ce, en coordination avec la personne concernée.

Si les propos relèvent de l'injure publique (infraction pénale) et si le journaliste visé accepte d'engager une procédure : enregistrer l'URL, faire une capture d'écran de la publication, faire un constat d'huissier sur Internet et partager le tout auprès de la direction juridique du Groupe.

Autre option, copier-coller en réponse à l'insulte ou la menace, par message privé, ce texte-type :

“Bonjour, nous vous rappelons que l'injure publique/la menace sont des infractions pénales passibles de sanctions.”

Quelle est la marche à suivre quand on est traité de menteur ?

Si la personne insulte, le message n'appelle aucune réponse et doit être masqué.

Quel que soit le mensonge, l'erreur ou l'imprécision, en référer au journaliste afin de s'assurer que les vérifications auprès des sources sont valables. Puis, copier-coller le message suivant :

«Bonjour, merci de votre interpellation. Nous avons (re)vérifié auprès de nos sources, nous maintenons nos informations. À bientôt!».

Si l'information donnée est fautive : *«Bonjour, merci de votre alerte : nous avons pu améliorer l'article grâce à vous. A bientôt !».*

Dans les cas où le mensonge, l'erreur ou l'imprécision portent sur un tout autre sujet, répondre : *“ Bonjour, votre message ne concerne pas l'information traitée dans ce sujet. Nous vous invitons à participer à la discussion ici [URL de l'article]. Bonne journée”.*

Que répondre aux accusations de soutiens partisans ?

En informer sa hiérarchie qui alertera à son tour le rédacteur en chef. Celui-ci pourra, si le ton de l'intervenant n'est ni menaçant ni insultant, rédiger une réponse rappelant la ligne éditoriale. Si l'accusation est politique, renvoyer vers [la charte des municipales](#) “[Les 8 engagements de votre journal](#)”, dont le contenu est transposable à toutes élections.

Quelle réponse apporter à ceux qui véhiculent des fausses nouvelles ?

Nos pages Facebook n'ont pas vocation à être des vecteurs de diffusion de fausses informations.

En notre qualité d'éditeur, il est de notre devoir d'être vigilant. [L'article 27 de la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse](#) sanctionne la publication, diffusion ou reproduction de fausses nouvelles.

Si le contenu du propos ou du lien posté diffuse une fausse information, le supprimer sans se justifier auprès de l'auteur du post, ou en communiquant le lien de l'information fiable qui justifie la suppression de la fausse information.

Quelle réponse apporter aux accusations de censure (parce qu'on a supprimé leur commentaire) ?

Copier-coller en réponse au commentaire, qu'il soit en post Facebook ou en message privé, un message type rappelant les règles édictées par notre charte :

“ Nous vous rappelons que sont interdits sur notre page Facebook :

- *messages publicitaires*
- *messages incitant à la haine raciale*
- *messages niant les crimes contre l'humanité*
- *messages appelant au meurtre*
- *messages portant atteinte à la mémoire des morts*
- *messages portant atteinte à la vie privée*
- *messages proxénètes*
- *insultes (et propos grossiers, agressifs, irrévérencieux, etc.)*
- *messages diffamants (imputation d'un fait portant atteinte à l'honneur ou à la considération de la personne physique ou morale, ou du corps auquel le fait est imputé)*
- *messages incitant au piratage informatique*
- *messages incitant à la consommation de drogues, d'alcool, de tabac*
- *copies de messages privés ou de correspondance (en violation du secret de la correspondance)*
- *les messages dont le contenu est une fausse information déjà vérifiée*
- *messages à caractère pédophile et proxénète”.*

Que faire face à des commentaires affirmant des «vérités» sans preuve concernant des faits divers ?

- *Indiquer à la personne que si elle a des informations fiables sur un fait divers, elle devrait en informer les autorités chargées de l'enquête.*
- *Porter tout de même à la connaissance du fait diversier ces nouveaux éléments qu'il vérifiera auprès des autorités s'il les juge utiles à son enquête.*

Comment réagir lorsque l'identité d'une victime est dévoilée en commentaire Facebook par des abonnés, alors que le journaliste a tu le nom en respect de la charte des faits divers ?

Conformément à la charte des faits divers, l'identité de la victime n'est pas publiée sur le web. Il convient donc de supprimer les commentaires identifiant la victime (nom, prénom, surnom...) ou permettant de l'identifier.

Doit-on relayer les appels à cagnotte lorsqu'ils apparaissent dans les commentaires Facebook ?

Nos pages Facebook ne sont pas le lieu pour soutirer de l'argent à nos abonnés, même si la cause est louable. Les appels à cagnotte doivent donc être supprimés.

En message privé à l'auteur, lui conseiller d'informer par mail la rédaction de l'existence de cette cagnotte qui jugera de l'intérêt ou non d'en parler.

Doit-on laisser ou masquer les commentaires portant atteinte à la présomption d'innocence (lorsque par exemple, le mot "meurtrier" apparaît en commentaire alors même que la personne n'a pas encore été interpellée ou n'est pas encore jugée) ?

Supprimer le commentaire car cela peut être qualifié de diffamation, infraction sanctionnée par la loi.

Que répondre aux lecteurs qui nous reprochent de faire payer les contenus ?

Masquer le message, en l'accompagnant d'un message privé à la personne qui l'a publié :

"Bonjour, une information fiable et vérifiée a un coût. Pour pouvoir la produire, il faut des journalistes professionnels et des rédactions qui doivent pouvoir vivre de leur travail. Nous vous remercions de votre compréhension".

Ajouter le lien vers l'article expliquant la construction de l'offre de nos contenus. Par exemple :

https://www.leberry.fr/bourges-18000/actualites/comment-nous-avons-construit-loffre-de-nos-contenus_13770065/

Doit-on intervenir dans une conversation Facebook qui dégénère ?

S'il s'agit d'un débat vif, dans lequel aucun interdit de la charte n'est violé et dans lequel les personnes se modèrent les unes les autres, ne pas agir. En revanche, s'il s'agit d'une conversation qui dégénère et devient incontrôlable, ne pas hésiter à supprimer le post car ce genre de débat a tendance à dissuader des lecteurs de participer.

Peut-on "liker" le commentaire d'un abonné Facebook au nom du titre ?

Ne jamais "liker" le commentaire d'un abonné.

Que faire lorsque des internautes postent en commentaire sur Facebook des liens vers des sites dont on peut douter de la valeur informative (fausses nouvelles, complotistes ou simplement mal sourcés) ?

Nos pages Facebook n'ont pas vocation à être des vecteurs de diffusion de fausses informations.

Si le contenu du lien diffuse de la fausse information, le supprimer.

À partir de quel seuil peut-on bannir un abonné de la page ?

À chaque fois que la charte est violée, le bannissement est autorisé. Il n'est pas nécessaire qu'il s'agisse de violations répétées. Avant de bannir, en discuter avec un responsable de service et faire une copie d'écran à conserver dans un dossier dédié. Cela pourrait servir si jamais des explications étaient demandées. Si elle en fait la demande, la personne pourra être réintégrée ultérieurement sur accord du rédacteur en chef ou du responsable d'agence ou de service.

Comment intervenir en cas de reproduction de pages ou d'articles complets en pdf ?

Envoyer en message privé (si possible) ce message type : “ Bonjour, nous vous remercions de partager les articles [du titre du média]. C'est notre vocation d'être lus par tous, et partout. Nous vous demandons néanmoins de ne pas diffuser de photos montrant l'intégralité de nos articles (URL du post), et de privilégier des liens, comme ici en l'occurrence : URL de l'article. Cordialement”.

Ajouter le lien vers un article rédigé en 2019 :

https://www.lamontagne.fr/clermont-ferrand-63000/actualites/partager-l-info-de-la-montagne-sur-leweb-oui-mais-comme-il-faut_13694837/.

Et ses variantes dans les autres journaux (dupliquer le cas échéant pour les titres qui n'ont pas leur version) :

https://www.leberry.fr/bourges-18000/actualites/partager-l-info-du-berry-republicain-oui-mais-comme-il-faut_13694969/

https://www.lechorepublicain.fr/chartres-28000/actualites/partager-l-info-de-l-echo-republicain-i-sur-le-web-oui-mais-comme-il-faut_13694912/

https://www.lyonne.fr/auxerre-89000/actualites/partager-l-info-de-l-yonne-republicaine-sur-le-web-oui-mais-comme-il-faut_13695536/

https://www.lejdc.fr/nevers-58000/actualites/partager-l-info-du-journal-du-centre-sur-internet-oui-mais-comme-il-faut_13696575/

https://www.larep.fr/orleans-45000/actualites/partager-l-info-de-la-republique-du-centre-i-sur-le-web-oui-mais-comme-il-faut_13696247/

https://www.lepopulaire.fr/limoges-87000/actualites/partager-l-info-du-populaire-du-centre-sur-le-web-oui-mais-comme-il-faut_13694933/

Que faire si un internaute commente avec un Gif humoristique à première vue mais finalement tendancieux ?

Si le propos contrevient à la charte, supprimer le post.

Doit-on justifier nos décisions de community management auprès des lecteurs s'ils le demandent en commentaire public (masquage d'un commentaire, suppression d'un post, bannissement d'un utilisateur...) ?

S'ils demandent des explications, renvoyer à la charte et préciser quel point a été violé conduisant à la suppression du post, en message privé, ou en commentaire public.

Que faire face à une demande d'anonymisation d'article ?

Copier-coller ce message type : “ Bonjour, nous adressons votre demande d'anonymisation au au Délégué à la Protection des données personnelles (DPO) du Groupe Centre France qui va étudier votre requête et vous apporter une réponse”. Et renvoyer vers le formulaire précisant la procédure : https://www.leberry.fr/paget/GCF_droit_oubli.html. Si la demande d'anonymisation est validée, c'est aux éditeurs digitaux, sous la responsabilité des rédacteurs en chef, de réaliser la démarche.

Et le DPO sera nécessairement informé de l'anonymisation effective.

Les demandes d'opposition doivent être formulées par courrier physique ou électronique comportant : l'adresse URL de l'article concerné par la demande ; ce qui motive la demande ; une copie de pièce d'identité du demandeur, ou celle de la personne concernée et du tiers demandeur (tuteur, ou parent pour personne mineure).

Vers qui orienter les problèmes d'abonnement ?

Copier-coller ce message type : “ Bonjour, voici les coordonnées de notre service abonnements, que vous pouvez contacter au 0 800 96 00 30 (service et appel gratuit) ou par mail : abonnements@centrefrance.com”.

Vers qui orienter les personnes qui demandent à obtenir les photos parues sur nos supports ?

Solliciter le photographe, afin de savoir s'il veut bien être mis en contact avec la personne qui formule la demande. Lui seul est en mesure d'accepter ou de refuser la demande.

Vers qui orienter les demandes d'exemplaires du journal ?

Orienter vers nos boutiques en ligne.

Exemple : <https://www.leberry.fr/services/journal.html>.

Vers qui orienter les demandes d'archives ?

Les articles en ligne remontent à 2011. Si l'archive web est trouvée, la transférer via un lien par message privé. Sinon, à voir selon les titres, qui ont, pour certains, confié leur archives papier aux archives départementales (AD), et communiquer, le cas échéant, les coordonnées des AD en question.

 **Centre***France*