



UNIVERSITÉ  
CAEN  
NORMANDIE

DIRECTION DE LA COMMUNICATION

# CHARTRE D'UTILISATION DES RÉSEAUX ET MÉDIAS SOCIAUX



Normandie Université

WWW . UNICAEN . FR

## 1. UNICAEN SUR LES RÉSEAUX ET MÉDIAS SOCIAUX

L'université de Caen Normandie est présente sur les réseaux sociaux depuis 2011.

Cette présence permet à l'établissement de s'adapter aux nouveaux modes de communication et d'atteindre non seulement la population étudiante de l'établissement, mais également les lycéens, les partenaires, les médias et le grand public bas-normand.

Cette présence répond au souhait de développer l'interaction entre l'institution et le public. Cela permet de développer le sentiment d'appartenance de la communauté universitaire. Elle permet également de montrer la réactivité des différents acteurs et correspondants de communication de l'établissement et leur intégration dans le numérique.

Ainsi, l'université de Caen Normandie est présente sur les plateformes suivantes :

### FACEBOOK

unicaen

<https://www.facebook.com/unicaen>

### TWITTER

@universite\_caen

[https://twitter.com/Universite\\_Caen](https://twitter.com/Universite_Caen)

### INSTAGRAM

@universitecaen

<https://instagram.com/universitecaen/>

### YOUTUBE

universitecaen

<https://www.youtube.com/user/universitecaen>

### VIMEO

unicaen

<http://vimeo.com/unicaen>

## 2. CADRE LÉGAL

### DIRECTION DE LA COMMUNICATION

La mise en ligne et la modération des pages publiques institutionnelles de l'université de Caen Normandie est assurée par le Community Manager de la Direction de la communication ([communication.mediation@unicaen.fr](mailto:communication.mediation@unicaen.fr)).

La Direction de la communication ne publiera pas de messages ou de visuels :

- à caractère sexiste, raciste, xénophobe, homophobe, discriminatoire ou appelant à la haine ou à la violence ;
- à caractère diffamatoire ou insultant ;
- qui contrevient à la législation, au droit à l'image et au droit d'auteur ;
- affichant une opinion politique partisane ;
- à caractère électoral et politique concernant les associations étudiantes, ni quelque organisation que ce soit ;
- assurant une promotion commerciale à l'exception d'événements UNICAEN ou d'étudiants de l'université dans le cadre de la formation ou de projets étudiants.

### COMPOSANTES ET SERVICES

Les composantes, services et personnes qui assurent une publication sur les réseaux sociaux pour leur compte doivent se conformer au cadre légal décrit dans ce document.

### DROITS DE PROPRIÉTÉ

L'université de Caen Normandie respecte dans ses publications les règles de droit :

- de la personnalité : droit à l'image, diffamation, vie privée
- de la propriété littéraire et artistique : droits d'auteur, droits voisins, droits de propriété industrielle

Toutefois, toute personne s'estimant atteinte dans l'un de ces droits dans une publication de l'université de Caen Normandie doit adresser une demande de modération en envoyant un courriel à [communication.mediation@unicaen.fr](mailto:communication.mediation@unicaen.fr). Ainsi, la publication devra être modifiée ou retirée promptement par la Direction de la communication.

### RESPECT DES CONDITIONS GÉNÉRALES D'UTILISATION

L'université de Caen Normandie s'engage à respecter les termes des conditions générales d'utilisation des différents services qu'elle utilise sur internet.

### PUBLICATION PAR DES TIERS

La Direction de la communication pourra modérer et/ou supprimer sans avertissement tout commentaire ou publication d'un utilisateur correspondant à une ou plusieurs des conditions précédentes.

Tout tiers souhaitant publier une photographie présentant des personnes sur une page institutionnelle devra s'assurer qu'il détient une autorisation de ces individus au moyen d'une convention de droit à l'image.

---

## GESTION DES COMPTES

La Direction de la communication détermine de sa propre initiative la liste des comptes et pages suivies par l'université de Caen Normandie. Elle pourra également décider d'interrompre le suivi d'un compte ou d'une page sans motif.

## 3. LIGNE ÉDITORIALE

---

### FACEBOOK · TWITTER

**Les comptes Facebook et Twitter de l'université ont pour but de mettre en avant l'actualité de l'établissement** notamment :

- la vie de l'établissement (actualités, informations pratiques et/ou importantes...);
- les activités étudiantes organisées sur et en dehors du campus, à condition qu'elles soient en lien avec l'établissement;
- les événements culturels organisés sur ses campus ou par des partenaires ou collectivités locales;
- les activités et interventions de personnels UNICAEN dans le cadre de leur fonction;
- les actualités et informations sur la formation et la recherche;
- les actualités relatives à l'enseignement supérieur, à la recherche et à la vie étudiante;
- des informations pratiques relatives à l'orientation et à l'insertion professionnelle.

---

### INSTAGRAM

**Instagram est un média social qui repose sur le partage de photos et de courtes vidéos** (maximum 15 secondes). La Direction de la communication détermine de sa propre initiative le contenu qu'elle publie sur cette plateforme.

Elle peut également repartager des photos publiées par d'autres utilisateurs qui ont spécifié leur accord en annotant la légende de leur publication par le hashtag (mot-clé) #UNICAEN.

Les contenus proposés sur ce média ont pour objectif de mettre en valeur :

- l'actualité de l'université, et de sa communauté;
- son patrimoine matériel et immatériel.

---

### YOUTUBE · VIMEO

**Youtube et Vimeo sont des médias sociaux de partage de contenus vidéo.** La Direction de la communication détermine de sa propre initiative le contenu qu'elle publie sur ces plateformes.

Ces contenus pourront être produits par la Direction de la communication elle-même, par des membres de la communauté de l'université (étudiants, personnels) ou par des prestataires extérieurs avec l'accord de ces derniers.

Les contenus proposés sur ces plateformes visent à :

- assurer la promotion de l'établissement (institution, formation recherche, vie étudiante...);
- témoigner de l'actualité et des activités de la communauté UNICAEN;
- assurer la promotion d'un événement en lien avec l'université de Caen Normandie.

La Direction de la communication pourra modifier ou retirer tout contenu sans avertissement.

## 4. CONSIGNES D'UTILISATION · PERSONNELS ET ÉTUDIANTS

### IDENTITÉ

**Afin d'éviter toute confusion, merci de ne pas faire figurer les termes « université de Caen Normandie » et/ou « UNICAEN » dans votre nom ou pseudonyme.** Il est préférable de montrer votre appartenance à la communauté UNICAEN au moyen des informations personnelles publiques (rubriques « à propos » sur Facebook, « Biographie » sur Twitter...).

**Le logo de l'université de Caen Normandie et les différents éléments graphiques produits par la Direction de la communication ne doivent pas être utilisés en dehors du contexte initial prévu par l'institution.** Ils ne peuvent pas être utilisés comme avatar sans autorisation préalable. Toute utilisation non autorisée pourrait donner suite à des poursuites. Cela permet également au visiteur extérieur d'identifier la page institutionnelle plus facilement.

Si vous disposez d'un compte relatif à une entité de l'université de Caen Normandie (UFR, institut, école, association, service, groupe d'étudiants), veuillez prendre contact avec la Direction de la communication ([communication@unicaen.fr](mailto:communication@unicaen.fr)) qui pourra vous informer sur les possibilités d'utilisation des éléments graphiques UNICAEN.

**Seule la Direction de la communication peut s'exprimer officiellement au nom de l'institution** au moyen des comptes institutionnels de l'université de Caen Normandie.

Lorsque vous exprimez des opinions et/ou des commentaires, ces propos n'engagent que vous. Aussi, merci de ne pas vous exprimer au nom de l'institution sans l'accord préalable de la Direction de la communication.

### CRÉATION ET MANAGEMENT D'UN COMPTE UNICAEN

Vous êtes étudiant ou personnel UNICAEN et vous souhaitez créer une page publique Facebook pour une entité de l'établissement (association, UFR, service, événement universitaire...), merci tout d'abord de prendre contact avec la Direction de la communication de l'université de Caen Normandie ([communication@unicaen.fr](mailto:communication@unicaen.fr)) afin d'obtenir l'autorisation de création.

Nous vous invitons toutefois à mesurer la pertinence de la création d'un compte spécifique en vous interrogeant sur les questions suivantes :

- **Êtes-vous en mesure d'assurer un suivi quotidien de votre compte ?** Les réactions des visiteurs doivent parfois nécessiter votre intervention, et une veille régulière ainsi que de la réactivité sont nécessaires.
- **Votre actualité ne peut-elle pas être diffusée par les canaux institutionnels de l'établissement ?** Vous bénéficierez ainsi d'une audience étendue et établie (11.700 abonnés Facebook et 5.700 abonnés Twitter [juin 2015]).
- **Votre actualité est-elle pérenne ?** Si votre actualité est liée à un événement en particulier, préférez la fonction « événement » sur Facebook et le hashtag (#) sur Twitter.
- **La page Facebook ou le compte Twitter sont-ils les outils les plus adaptés à vos besoins de communication ?** Facebook propose par exemple une fonction « Groupes »

pour mettre en relation des individus appartenant à une même communauté, permettant le partage d'informations et offrant des fonctions de commentaires.

- **Votre futur compte ou future page n'engendrera-t-elle pas de confusion avec les comptes institutionnels UNICAEN ?** Vous risquez ainsi d'être à l'encontre des règles établies par cette présente charte et/ou risquez une suppression de compte par le service web concerné pour usurpation. Il est important que le nom envisagé soit distinctif et ne prête pas à confusion.

---

## VOUS DISPOSEZ DÉJÀ D'UN COMPTE OU D'UNE PAGE PUBLIQUE LIÉE À UNE ACTIVITÉ DE L'UNIVERSITÉ OU VOUS OBTENEZ L'AUTORISATION D'EN CRÉER UN(E)

**Merci tout d'abord d'informer la Direction de la communication** ([communication@unicaen.fr](mailto:communication@unicaen.fr)) de l'existence de ce compte ou de cette page, en indiquant l'adresse URL de la page ou du compte concerné, ainsi que l'identité et les coordonnées de la personne responsable de l'animation de ce compte.

Il est également important d'informer la Direction de la communication de tout changement dans les informations précédemment citées ou lors de l'arrêt de l'animation du compte concerné (auquel cas, merci de supprimer le compte afin de ne pas maintenir en ligne des informations obsolètes).

**Veillez également vous assurer que vous œuvrez activement contre le piratage de votre compte**, notamment en adoptant un mot de passe complexe, en le modifiant si nécessaire et en ne le divulguant pas à une personne qui n'assure pas l'animation du (ou des) compte(s).

**Les conditions générales et les fonctionnalités des services en ligne évoluent au fil du temps.** Merci d'effectuer une veille régulière de l'actualité de ces services et d'adapter votre utilisation en fonction si nécessaire.

## FACEBOOK

Facebook met à disposition des utilisateurs deux types de comptes bien définis : le profil personnel et la page publique. Il est important de respecter les conditions d'utilisation de ces deux fonctions. Ainsi, réservez le profil personnel pour la représentation d'un individu dans un cadre de communication privée et adoptez l'utilisation de la page publique pour la communication d'une entité publique (association, institution, groupe de personnes...) ou d'une organisation publique.

Au-delà du respect des conditions générales d'utilisations qui vous garantissent la non-suppression de votre compte par les équipes de Facebook, le respect de cet usage vous apporte des fonctions appropriées :

- Seules les pages publiques peuvent disposer d'informations statistiques sur le comportement de vos abonnés, vous permettant ainsi d'adapter votre communication pour la rendre la plus efficace et pertinente possible ;
- Seules les informations publiées sur des pages publiques peuvent être partagées par d'autres pages publiques. En adoptant un profil personnel, vous vous priveriez d'une diffusion plus large de votre information par d'autres organismes ou institutions et ainsi de la viralité d'une information ;
- Seules les pages publiques disposent de fonction de programmation de publication et de ciblage de public ;
- Seules les pages publiques permettent la co-gestion d'un compte par plusieurs personnes ;

- Les visiteurs peuvent s'abonner directement à votre contenu sans autorisation préalable de votre part uniquement si vous avez adopté le format de page publique. Vous vous garantissez ainsi une audience plus importante de cette manière.

Veillez également correctement renseigner le nom de votre entité ou association en titre de page, et renseigner de la manière la plus complète possible la rubrique « à propos » de votre compte.

En relayant une information provenant d'un autre compte, veuillez respecter la source d'information en utilisant les fonctions de partage proposées par la plateforme. Vous pouvez également reformuler la publication d'un tiers pour s'adapter à l'audience de votre page. Dans ce cas, merci d'indiquer dans votre publication le compte d'origine du message.

## TWITTER

Veillez adopter un identifiant clair, vous permettant de vous identifier rapidement. Veuillez également renseigner de la manière la plus complète les informations de profil (biographie, lieu...) pour permettre une identification rapide et précise. Vous pouvez montrer votre appartenance à l'université de Caen Normandie en ajoutant « @universite\_caen » ou « #UNICAEN » dans votre biographie.

En relayant une information provenant d'un autre compte, veuillez respecter la source d'information en utilisant les fonctions de ReTweet proposées par la plateforme.

## INSTAGRAM

Avant de publier une photographie sur Instagram, merci de prendre les précautions suivantes :

- s'assurer que les personnes présentes sur la photographie ont donné leur accord pour une publication en ligne ;
- pour un partage d'une publication d'un tiers, mentionner clairement le compte d'origine de la photographie.

## YOUTUBE · VIMEO

Les sites de partage de vidéos sont très populaires et ont un catalogue de vidéos proposées très importants et en constante augmentation. Ainsi, pour une meilleure visibilité et pour un référencement plus pertinent de votre contenu, merci de renseigner le plus précisément possible les métadonnées de vos vidéos : titre, description, mots-clés...

---

## ORIENTATIONS POLITIQUES DE L'ÉTABLISSEMENT

Les comptes des différentes entités de l'université de Caen Normandie sont régis par les orientations politiques de l'établissement. Veuillez ainsi respecter les consignes concernant la communication autour d'un événement ou d'une information spécifique.

En cas de doute, merci de prendre contact avec de la Direction de la communication qui vous donnera les renseignements nécessaires. La Direction de la communication pourra également vous informer d'une consigne spécifique et ponctuelle.

**En cas de non-respect des consignes transmises, vous risquez la suppression du compte concerné.**

## 5. CONTACT

Ce document a été conçu par le pôle Community Management de la Direction de la communication de l'université de Caen Normandie. Cette présente version a été rédigée et mise à jour le **5 juin 2015**.

Pour toute question ou remarque, merci de vous adresser à :

**Direction de communication  
université de Caen Normandie**

Campus 1 · bât. K · ES 404

Esplanade de la Paix  
CS 14032  
14032 Caen Cedex 5

02 31 56 53 71

[communication.mediation@unicaen.fr](mailto:communication.mediation@unicaen.fr)