

# Charte d'utilisation du web et des médias sociaux

## Sommaire

Introduction.....	1
Charte.....	2
1. Préambule .....	2
2. Définitions .....	2
3. Espaces privés et publics .....	3
4. Responsabilités et devoirs des apprenants utilisant les médias sociaux.....	3
5. Responsabilités et devoirs de l'EIGSI La Rochelle à l'égard de ses apprenants .....	4
6. Sanctions applicables .....	5

## Introduction

L'EIGSI La Rochelle est présente sur le web et dispose de différents espaces sur des plateformes diverses (sites internet, page Facebook, compte Twitter, compte Instagram, compte LinkedIn, etc.).

Plus spécifiquement, le positionnement de l'EIGSI La Rochelle sur les médias sociaux répond à deux objectifs. Le premier concerne le développement de la notoriété de l'école auprès de ses partenaires mais aussi du grand public, afin de valoriser son enseignement et ses diplômés.

Le second objectif a vocation à informer les communautés de l'EIGSI La Rochelle (apprenants actuels et anciens, enseignants, collaborateurs, parents, etc.) sur la vie de l'école, son actualité, ses événements, ses projets, les moments forts de l'année. Plus que cela, il s'agit d'engager la conversation avec ces communautés, d'établir un dialogue transparent, régulier et, donc, de répondre à l'ensemble des questions qui y seront formulées.

L'EIGSI La Rochelle encourage l'ensemble de ses apprenants à être présents activement sur le web et particulièrement les médias sociaux, à y construire leur identité numérique professionnelle, à gérer leur e-réputation et à interagir sur les espaces officiels de l'EIGSI La Rochelle. Leurs échanges, le partage de leur expérience ne peuvent être que bénéfiques au rayonnement de l'école et au développement d'une atmosphère générale agréable, propice aux études et à la qualité de vie estudiantine sous toutes ses formes.

**Toutefois, la présence sur les médias sociaux n'est pas dénuée de risques** et il incombe à chaque apprenant de l'EIGSI de respecter des **règles d'utilisation collectives et individuelles**, reprises dans cette charte.

Pour les apprenants, les risques sont d'abord personnels et professionnels. Des publications non contrôlées, ne respectant pas les bonnes pratiques du web et des médias sociaux peuvent nuire à leur réputation et avoir des conséquences néfastes sur leur recrutement, leur entrée dans la vie active autant que l'évolution de leur carrière.

Il existe également **un risque collectif**, engageant à la fois l'apprenant en tant qu'individu, l'ensemble des apprenants et l'école dans sa globalité. Ainsi un contenu négatif concernant un apprenant peut ternir la réputation de toute l'école et de tous ses diplômés, présents, passés et futurs.

## Charte

### 1. Préambule

1.1 La présente charte a pour objet de définir :

- **Les conditions d'utilisation et des bonnes pratiques sur le web** en général.
- **Les conditions d'utilisation des médias et Réseaux sociaux liés à l'EIGSI La Rochelle** et de rappeler les conséquences d'une utilisation non adéquate et non maîtrisée de ces espaces web.

1.2 La charte doit également permettre de clarifier la question de la différence entre espaces privés et espaces publics afin d'éviter des incompréhensions qui peuvent être lourdes de conséquences pour les individus autant dans leur vie personnelle que professionnelle.

1.3 La présente charte a vocation à rappeler que certains comportements ne sont pas admissibles et peuvent conduire à des sanctions au sein de l'école.

1.4 Si la charte rappelle aux apprenants leurs responsabilités, elle clarifie également la position de l'EIGSI La Rochelle ainsi que ses responsabilités et devoirs à l'égard de ses apprenants. Elle doit poser les bases d'une relation claire et transparente entre les apprenants et l'école.

### 2. Définitions

2.1 Dans cette charte, le terme web se veut global. Il désigne les sites et contenus en ligne sur Internet.

2.2 Le terme médias sociaux décrit l'ensemble des espaces et plateformes web qui permettent à leurs utilisateurs de créer, publier, partager, interagir avec des contenus divers (textes, photos, vidéos, sons, etc.) sur Internet.

2.3 Le terme Réseaux sociaux, quant à lui, désigne un type de médias sociaux qui, plus spécifiquement, met en lien des individus entre eux et leur permet d'interagir avec leur communauté virtuelle (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn etc.).

2.4 Plus largement, sont considérés comme médias sociaux les espaces et plateformes suivants :

- Les sites sociaux de réseautage (Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, etc.).
- Les sites de partage de vidéos ou de photographies (Facebook, Flickr, YouTube, Instagram, TikTok, etc.).

- Les sites de «micro-blogging» (Twitter, etc.).
- Les blogs, personnels ou corporatifs (Wordpress, Blogger, Tumblr, etc.).
- Les forums de discussion (Yahoo! Groups, Google Groups, forum PHPBB, etc.).
- Les encyclopédies en ligne (Wikipedia, etc.).
- Tout autre site Internet qui permet à des utilisateurs ou à des compagnies d'utiliser des outils de publication en ligne (billets, avis, commentaires, etc.).

2.5 L'e-réputation est un terme qui s'impose et qui caractérise l'ensemble des traces virtuelles (textuelles, audios et visuelles) concernant un individu, une marque, une entreprise. Le fait que ces traces soient positives ou négatives a une incidence sur la perception que les internautes peuvent avoir de cet individu, de cette marque ou de cette entreprise.

### 3. Espaces privés et publics

3.1 Tout contenu de site web référencé sur un ou plusieurs moteurs recherches et/ou dont l'accès n'est pas restreint et soumis à un règlement de consultation restrictif est considéré comme public.

3.2 Les profils personnels des utilisateurs de médias sociaux sont considérés comme des espaces privés, à condition que les règles de confidentialité ne rendent pas accessible tout ou en partie le contenu qui y est publié.

3.3 Plus largement, tout contenu visible et qui peut être partagé, relayé sur d'autres plateformes et par d'autres individus est considéré, par défaut, comme public. Il revient à l'utilisateur des médias sociaux de mettre en place les règles de confidentialité nécessaires pour protéger sa vie privée et les contenus qu'il souhaite maintenir privés.

3.4 Que ce soit de manière privée ou publique, tout utilisateur des médias sociaux est responsable des propos qu'il y tient

### 4. Responsabilités et devoirs des apprenants utilisant les médias sociaux

4.1 Les espaces publics et officiels de l'EIGSI La Rochelle sont ouverts à toutes les publications des apprenants, tant que celles-ci sont en accord avec la présente charte.

4.2 Afin que les apprenants de l'EIGSI La Rochelle puissent s'informer sur l'actualité de leur école et des autres apprenants, il leur est recommandé de suivre les principaux espaces mis en place parmi lesquels :

- **La page Facebook de l'école.**
- **Le compte Twitter de l'école.**
- **Le compte LinkedIn de l'école et la page des alumni.**
- **Le compte Instagram de l'école.**

4.3 Pour ce faire, l'EIGSI La Rochelle recommande à ses apprenants de créer des profils utilisateurs sur ces espaces.

4.4 Il est demandé aux apprenants qui citent l'EIGSI La Rochelle dans leur profil personnel dans les catégories Etablissements fréquentés ou Etudes, de bien orthographier le nom de l'école et de respecter la nomenclature suivante : **EIGSI La Rochelle, Ecole d'ingénieurs généralistes**.

4.5 Sur les espaces officiels de l'EIGSI La Rochelle, les apprenants s'engagent à lire et à respecter les chartes d'utilisation qui, le cas échéant, y sont spécifiques.

4.6 Aucun contenu litigieux ne sera toléré dans les espaces officiels de l'EIGSI La Rochelle ou liés à l'école. Constituent notamment un contenu litigieux au sens de la présente charte :

- Contenu portant atteinte aux droits fondamentaux d'autrui et notamment au droit du respect de leur vie privée et de leur réputation.
- Contenu portant atteinte à la propriété intellectuelle.
- Propos diffamatoires (attaque, insulte, langage menaçant ou obscène, propos homophobe, harcèlement, chantage) ou de propagande.
- Données confidentielles.
- Matériel pornographique.
- Commentaires non liés au contenu ou discussion en question.
- Productions commerciales, publicitaires, ou pourriels (hyperliens n'étant pas liés directement à l'EIGSI La Rochelle ou aux activités scolaires, sociales et culturelles des apprenants de l'école).
- Contenu présentant de la nudité, de l'usage d'alcool, de stupéfiants ou des postures dégradantes.

4.7 L'EIGSI La Rochelle encourage la création d'espaces liés à l'école et à ses activités sur le web et sur les médias sociaux (blogs, fan page, groupes, comptes, etc.). Toutefois, la création de ces espaces est conditionnée aux règles suivantes :

- **L'approbation par la Direction Marketing Communication** de la création de l'espace et de l'utilisation du nom EIGSI ;
- La délivrance des accès d'administration de l'espace au Responsable Marketing Digital de l'école ;
- Le respect de la présente charte ;
- Le respect des règles d'utilisation propres à la plateforme choisie.

4.8 Les apprenants de l'EIGSI La Rochelle peuvent citer le nom « EIGSI » dans leurs publications sur le web et dans les médias sociaux. Ils disposent d'une pleine liberté de parole en la matière. Néanmoins, ils s'engagent à ne pas nuire à la réputation de l'école et de ses activités et à n'y associer aucun contenu litigieux répertorié au point 4.6 de la présente charte.

## 5. Responsabilités et devoirs de l'EIGSI La Rochelle à l'égard de ses apprenants

5.1 L'EIGSI La Rochelle s'engage à respecter la liberté de parole de ses apprenants, tant que les propos qu'ils tiennent sur le web et sur les médias sociaux respectent la présente charte et ne véhiculent aucun contenu litigieux répertorié au point 4.6 de la charte.

5.2 L'EIGSI La Rochelle s'engage à sensibiliser ses apprenants à l'utilisation des médias sociaux et aux risques personnels et professionnels que ceux-ci peuvent induire. Un séminaire à l'attention des

premières et des troisièmes années est mis en place chaque année. L'école poursuivra également son effort de formation et d'information dans le temps.

5.3 Concernant les espaces web liés à l'EIGSI et gérés par des apprenants, l'EIGSI La Rochelle souhaite laisser pleine latitude de gestion à ses apprenants. Le Responsable Marketing Digital de l'EIGSI, qui devra disposer des codes administrateurs des espaces (cf. point 4.7), n'interviendra publiquement que selon les accords pris avec les apprenants au moment de la création de l'espace ou dans le cas où l'espace ne respecterait plus la présente charte.

5.4 Dans le cadre de l'approbation par la Direction Marketing Communication pour la création d'un espace lié à l'EIGSI La Rochelle, ce dernier s'engage à envisager le plus favorablement possible les demandes qui lui seront soumises par les apprenants.

5.5 En cas de refus d'autorisation de création d'un espace Direction Marketing Communication de l'EIGSI, les raisons du refus seront expliquées en toute transparence aux apprenants ayant fait la demande de création d'espace.

5.6 Le Responsable Marketing Digital de l'EIGSI La Rochelle se tient à la disposition des apprenants ayant des questions, des remarques, des suggestions liées au web, aux médias sociaux en général ou aux espaces de l'EIGSI.

## 6. Sanctions applicables

6.1 Tout apprenant dont les publications sur les médias sociaux ne respectent pas les lois en vigueur peut être poursuivi pénalement. Seul le Directeur Général de l'EIGSI La Rochelle peut décider d'engager des poursuites pénales et d'informer à cette fin le Procureur de la République. Les sanctions pénales ne sont pas exclusives de sanctions administratives.

6.2 Les apprenants ne respectant pas les règles et obligations définies par cette charte sont passibles de sanctions internes à l'établissement prévues par les textes du règlement intérieur.