

## Questions juridiques

### POLITIQUE SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

En complément à son code de conduite, une association sportive devrait aussi adopter une politique pour ses employés sur la publication de contenu sur Internet pendant et après les heures de travail. Les médias sociaux incluent entre autres les plateformes telles que Twitter, Instagram, Facebook, les blogues, etc. Dans la société actuelle, les frontières entre le travail et les loisirs tendent à s'estomper rapidement. Nous avons été témoins de cas très médiatisés où les agissements d'un employé sur les médias sociaux après les heures de travail ont terni la réputation de l'employeur. Dans cette optique, une politique sur les médias sociaux en milieu de travail sert à encadrer les agissements des employés pour éviter ce type de situations délicates. L'exemple qui suit devrait vous convaincre du bien-fondé d'une telle politique.

En l'absence de règles sur l'utilisation des médias sociaux pendant les heures de travail, la productivité au travail risque d'en souffrir. Toutefois, la possibilité qu'un accident survienne parce qu'un entraîneur a été distrait par son téléphone et n'accordait pas toute son attention aux athlètes est un risque bien plus grave.

La réputation d'une association sportive est difficile à construire, mais il suffit d'un instant pour l'anéantir. Les employés doivent comprendre que leurs publications personnelles autant que professionnelles peuvent rapidement entacher la réputation de l'employeur et compromettre les intérêts de partenaires et créer ainsi un préjudice important pour l'association.

Les associations sportives et leurs athlètes investissent temps et argent pour préserver leur image sur les médias sociaux et ne veulent pas qu'elle soit ternie par des employés qui auraient tenu des propos négatifs ou à l'encontre de leurs valeurs sur Facebook ou Instagram.

S'ils ne sont pas sensibilisés à ce sujet, les employés pourraient révéler des renseignements confidentiels ou de nature délicate au sujet d'un athlète, d'un collègue ou de l'association et ainsi entraîner un préjudice pour l'employeur.

La sensibilisation est donc primordiale. Des directives claires doivent être données aux employés afin de leur indiquer ce qu'ils peuvent et ne peuvent pas afficher sur les médias sociaux et les avertir qu'ils pourraient être tenus responsables de leurs propos et ainsi s'exposer à des sanctions s'ils contrevenaient au code de conduite de l'association.

**Catherine Willson**  
**Goldman Sloan Nash & Haber LLP**  
**[www.gsnh.com](http://www.gsnh.com)**