



Politique sur les médias sociaux

Version :	20 mai 2026
Approuvée par le conseil des gouverneurs :	22 juin 2026
Date d'examen prévue :	30 juin 2027

Définitions

1. Les termes définis utilisés dans la *Politique sur les médias sociaux* comprennent :
- | | |
|--|---|
| a) <i>Athlète</i> | f) <i>Participant(s) organisationnel(s)</i> |
| b) <i>Association membre</i> | g) <i>Personne en position d'autorité</i> |
| c) <i>Club ou installation de curling membre</i> | h) <i>Médias sociaux</i> |
| d) <i>Mineur</i> | i) <i>Participant(s) organisationnel(s) vulnérable(s)</i> |
| e) <i>Organisation(s)</i> | |

Préambule

2. L'*organisation* est consciente que les interactions et communications entre les *participants organisationnels* se font fréquemment sur les médias sociaux. L'*organisation* avertit les *participants organisationnels* que tout comportement non conforme aux normes énoncées dans le *Code* pourra faire l'objet des sanctions disciplinaires prévues dans la *Politique sur la discipline et les plaintes*.
3. L'*organisation* reconnaît que la communication entre les *participants organisationnels* doit être orientée par des principes garantissant la sécurité des *participants organisationnels* et le maintien et le renforcement de relations efficaces.
4. L'*organisation* reconnaît également que les *mineurs*, qui sont des *participants organisationnels vulnérables*, peuvent préférer communiquer par voie électronique. L'*organisation* s'efforce de garantir la protection des *mineurs* lors de leurs interactions électroniques avec des *personnes en position d'autorité* et de veiller à ce qu'ils ne soient pas placés dans une situation de vulnérabilité.

Application de la présente politique

5. La présente politique s'applique à tous les *participants organisationnels*.

Conduite et comportement

7. Toute conduite et tout comportement sur les *réseaux sociaux* doivent respecter le *Code*.
8. Les *participants organisationnels* ne doivent pas adopter les comportements suivants sur les *réseaux sociaux* :
 - a) Publier un commentaire irrespectueux, haineux, nuisible, dénigrant ou insultant sur les réseaux sociaux;
 - b) Publier une photo, une photo modifiée ou une vidéo sur les réseaux sociaux qui soit nuisible, irrespectueuse, insultante, embarrassante, suggestive, provocatrice ou autrement offensante;
 - c) Créer un groupe, une page Web, une discussion, un flux, un blogue ou un forum en ligne consacré entièrement ou en partie à la promotion de propos ou de commentaires dénigrants sur le curling ou sur une *organisation* en particulier; ou
 - d) Tout cas de *cyberintimidation* ou de *cyberharcèlement*, y compris, mais sans s'y limiter, les comportements suivants sur les *réseaux sociaux*, par SMS ou par courriel : insultes régulières, commentaires négatifs, comportements vexatoires, farces ou blagues, menaces, usurpation d'identité, propagation de rumeurs ou de mensonges, ou tout autre comportement nuisible.

Responsabilités des participants organisationnels

9. Les *participants organisationnels* doivent être conscients que leur activité sur les *médias sociaux* peut être vue par tous, y compris par les *organisations*.
10. Si une *organisation* interagit de manière non officielle avec un *participant organisationnel* sur les *médias sociaux* (par exemple, en republiant ou en partageant du contenu), le *participant organisationnel* peut, à tout moment, demander à l'*organisation* ou aux *organisations* de cesser cette interaction.
11. Lorsqu'il utilise les *médias sociaux*, un *participant organisationnel* doit adopter un comportement approprié au rôle et au statut du *participant organisationnel* en lien avec l'*organisation* ou les *organisations*.
12. Le fait de supprimer du contenu des *médias sociaux* après sa publication (publique ou privée) n'exonère pas le *participant organisationnel* de l'application de la *Politique sur la discipline et les plaintes* si sa conduite enfreignait le *Code*.

12. Une personne qui estime que les communications électroniques et/ou l'activité sur les médias sociaux d'un *participant organisationnel* sont inappropriées ou susceptibles d'enfreindre le Code doit signaler la communication de la manière décrite dans la *Politique sur la discipline et les plaintes*.

Responsabilités organisationnelles

13. Il incombe aux *organisations* de comprendre comment les *personnes en position d'autorité* et les *participants organisationnels* utilisent les *médias sociaux* pour communiquer entre eux. Il peut être nécessaire de rappeler aux *personnes en position d'autorité* et aux *participants organisationnels* que leur comportement sur les médias sociaux demeure soumis au Code et à la *Politique sur les médias sociaux*.
14. Les plaintes et les préoccupations concernant le comportement d'une *personne en position d'autorité* ou d'un *participant organisationnel* sur les *médias sociaux* peuvent être traitées par le biais de la *Politique sur la discipline et les plaintes*.

Lignes directrices

15. Les lignes directrices de cette section fournissent aux *personnes en position d'autorité* et aux *athlètes* des conseils et des suggestions concernant l'utilisation des *médias sociaux*. Il est fortement recommandé aux *personnes en position d'autorité* et aux *athlètes* d'élaborer leur propre stratégie d'utilisation des *médias sociaux* (par écrit ou non) et de s'assurer que leur stratégie d'utilisation des *médias sociaux* est acceptable.
16. Compte tenu de la nature des *médias sociaux*, espace de communication en constante évolution, les *personnes en position d'autorité* et les *athlètes* doivent faire preuve de discernement lorsqu'ils interagissent avec les *médias sociaux*. Ces lignes directrices ne constituent pas des règles strictes ni des lois comportementales, mais plutôt des recommandations visant à éclairer le jugement de chacun.
17. Tout comportement sur les *médias sociaux* qui enfreint le Code pourra faire l'objet de mesures disciplinaires.

Lignes directrices pour les personnes en position d'autorité

18. Les *personnes en position d'autorité* doivent être conscientes de leurs obligations en matière de communication. Elles doivent tenir compte des lignes directrices suivantes pour élaborer leur propre stratégie d'utilisation des *médias sociaux* :
 - a) Avec les *mineurs*, veillez à ce que les parents/tuteurs soient au courant si certaines interactions peuvent avoir lieu sur les *médias sociaux* et du contexte de ces interactions, et donnez aux parents/tuteurs la possibilité d'interdire ou de restreindre la communication dans cet espace;

- b) Veillez à ce que la communication avec les *athlètes* sur les *médias sociaux* soit aussi unilatérale que possible. Soyez disponible si les *athlètes* prennent l'initiative de vous contacter – les *athlètes* pourraient souhaiter avoir cet accès facile et rapide à vous – mais les *personnes en position d'autorité* ne doivent jamais s'imposer sur l'espace personnel des *athlètes* sur les *médias sociaux*;
- c) Veillez à ce que toute communication sur les *médias sociaux* soit professionnelle, non ambiguë et pertinente. Évitez les émojis et le langage vague susceptible d'interprétations multiples;
- d) Choisir de ne pas interagir sur les *médias sociaux* est une stratégie acceptable. Soyez prêt à informer les *athlètes* (et/ou leurs parents/tuteurs) si vous n'entendez pas utiliser cet espace et expliquez-leur quels moyens de communication vous utiliserez avec eux;
- e) Les *athlètes* rechercheront vos comptes sur les *médias sociaux*. Préparez-vous à répondre lorsqu'un *athlète* tentera d'interagir avec vous sur les *médias sociaux*;
- f) Examinez et mettez à jour annuellement les paramètres de confidentialité de tous vos comptes sur les *médias sociaux*;
- g) Envisagez de surveiller ou de vous tenir informé du comportement public des *athlètes* sur les *médias sociaux* afin de garantir le respect du Code et de la présente politique;
- h) N'exigez jamais l'accès aux publications privées d'un *athlète* sur les médias sociaux;
- i) N'envoyez pas de demandes de lien aux *athlètes*. Ne faites jamais pression sur les *athlètes* pour qu'ils vous envoient une demande d'ajout à votre liste d'amis ou qu'ils suivent vos comptes sur les *médias sociaux*;
- j) Si vous acceptez une demande d'ajout à votre liste d'amis d'un *athlète*, vous devez accepter ces demandes de tous les *athlètes*. Veillez à ne pas faire preuve de favoritisme sur les *médias sociaux*;
- k) Envisagez de gérer vos *médias sociaux* de manière à ce que les *athlètes* n'aient pas la possibilité de vous suivre ou de vous contacter sur les *médias sociaux*;
- l) N'identifiez pas les *athlètes mineurs* sur les médias sociaux publics;
- m) Demandez l'autorisation aux *athlètes* adultes avant de les identifier sur les *médias sociaux publics*;
- n) Évitez d'ajouter les *athlètes* sur Snapchat et ne communiquez pas avec les *athlètes* sur Snapchat;

- o) Ne publiez pas de photos ou de vidéos de *mineurs* sur vos comptes de *médias sociaux* privés;
- p) Soyez conscient que vous pourriez obtenir des informations concernant un *athlète* qui vous imposent une obligation de divulgation (par exemple, voir des photos de *mineurs* consommant de l'alcool lors d'un voyage);
- q) Si les décisions de sélection et autres informations officielles de l'équipe sont annoncées sur les *médias sociaux*, assurez-vous qu'elles soient également publiées sur un support autre que les *médias sociaux*, comme un site Web, ou diffusées par courriel;
- r) N'exigez jamais des *athlètes* qu'ils s'inscrivent sur les *médias sociaux* pour recevoir des informations sur votre équipe ou organisation, à l'exception des plateformes de communication de groupe.
- s) Ne faites pas des *médias sociaux* le seul lieu de diffusion des informations importantes de votre équipe ou organisation. Diffusez les informations importantes sur d'autres supports (comme un site Web ou par courriel);
- t) Faites preuve de discrétion lorsque vous utilisez les *médias sociaux* pour vos communications personnelles (avec vos amis, collègues et autres personnes en position d'autorité), sachant que votre comportement peut servir de modèle aux *athlètes*;
- u) Évitez d'être associé à des comptes de *médias sociaux* qui partagent des opinions sur des conduites à caractère sexuel explicite, ou tout autre comportement susceptible d'offenser, de nuire ou de compromettre une relation avec un *athlète* ou l'intégrité du sport; et
- v) Ne vous faites jamais passer pour quelqu'un d'autre en utilisant un faux nom ou un faux profil.

Lignes directrices relatives aux médias sociaux pour les participants organisationnels

19. Les conseils suivants doivent être utilisés par les *participants organisationnels* pour éclairer leur propre stratégie d'utilisation des *médias sociaux* :
 - a) Réglez vos paramètres de confidentialité afin de limiter qui peut vous rechercher et quelles informations privées les autres peuvent voir;
 - b) Des entraîneurs, coéquipiers, officiels ou adversaires peuvent souhaiter vous contacter sur les *médias sociaux*. Vous n'êtes pas tenu de suivre qui que ce soit ni d'interagir avec qui que ce soit;

- c) Évitez d'ajouter des *personnes en position d'autorité* sur Snapchat et ne communiquez pas avec des *personnes en position d'autorité* sur Snapchat;
- d) Si vous vous sentez *harcelé* par quelqu'un sur les *médias sociaux*, signalez-le à votre entraîneur ou à une autre *personne en position d'autorité* au sein de votre organisation;
- e) Vous n'êtes pas obligé de rejoindre des pages de partisans ou d'équipes sur les plateformes de *médias sociaux*;
- f) Le contenu publié sur les *médias sociaux* est considéré comme public, selon vos paramètres de confidentialité. Dans la plupart des cas, vous ne pouvez raisonnablement pas vous attendre à ce que le contenu que vous publiez reste confidentiel;
- g) Le contenu publié sur les *médias sociaux* est presque toujours permanent; sachez que d'autres personnes peuvent faire des captures d'écran de votre contenu avant que vous ne puissiez le supprimer;
- h) Évitez de publier des photos ou de faire allusion à une participation à une activité illégale, comme les excès de vitesse, les agressions physiques, le *harcèlement*, la consommation d'alcool (si vous êtes mineur) et la consommation de cannabis (si vous êtes mineur).
- i) Adoptez un comportement approprié sur les *médias sociaux*, conforme à votre statut a) d'*athlète*, et b) de *membre* de votre organisation. En tant que représentant de votre organisation, vous avez accepté le *Code* et devez le respecter lorsque vous publiez du contenu et interagissez avec d'autres personnes sur les *médias sociaux*; et
- j) Soyez conscient que vos comptes publics sur les *médias sociaux* peuvent être surveillés par votre organisation et les *participants organisationnels*, et que tout contenu ou comportement affiché sur les *médias sociaux* peut faire l'objet d'une plainte et peut éventuellement être soumis à la *Politique sur la discipline et les plaintes*.