



COMMENT PUBLICIS PROTÈGE L'INFORMATION

RÉSEAUX SOCIAUX

POURQUOI ?

Publicis Groupe encourage les collaborateurs à utiliser les réseaux sociaux de manière positive pour leurs besoins personnels et pour agir en tant qu'ambassadeurs de Publicis Groupe, de ses agences et de ses clients.

Les directives doivent être appliquées afin de réduire le risque de nuire à la réputation des personnes, des Business Units et des marques des clients.

POUR QUI ?

Chaque employé de Publicis Groupe.

QUOI ?

Ces directives portent sur l'utilisation à titre personnel des réseaux sociaux par les employés de Publicis Groupe, y compris mais sans que cette liste ne soit exhaustive : les réseaux sociaux comme Facebook, LinkedIn et Renren, les blogs comme Wordpress, Blogger et Tumblr, les microblogs comme Twitter et Weibos, les forums comme Wikipedia, le partage de vidéos comme YouTube et Youku et le partage de photos comme Instagram et Flickr.

Elles fournissent des principes clés à suivre lors de l'utilisation de plateformes de communication en ligne.

Confidentialité

- Faites preuve de discernement et agissez de manière à permettre au Pays de respecter ses engagements envers les clients et les employés.
- Ne partagez pas les données confidentielles d'un Pays ou des clients et ne discutez jamais des performances ou des projets de l'entreprise. Toute information qui ne doit pas être divulguée au cours d'une conversation, d'une note ou d'un courriel ne doit pas non plus être divulguée par le biais des réseaux sociaux.
- Les secrets commerciaux peuvent inclure des informations relatives aux stratégies de marketing, aux idées créatives, au savoir-faire, aux systèmes et processus et aux taux de facturation.

Responsabilité personnelle

- Agissez toujours dans le respect des valeurs de Publicis Groupe. Les publications incomplètes, inexactes, inappropriées, menaçantes, harcelantes ou mal formulées peuvent être préjudiciables aux autres employés, nuire aux relations entre les employés, anéantir les efforts de l'agence/du Pays pour encourager le travail d'équipe, mettre en danger les relations avec les clients, violer la politique et nuire aux agences, sont susceptibles d'entraîner des mesures disciplinaires pouvant aller jusqu'au licenciement.

- Les contenus dégradants, tels que les insultes raciales, ethniques, sexuelles, religieuses ou liées à un handicap physique, ne sont pas tolérés.

- Ne représentez pas une agence ou un Pays sans autorisation expresse préalable. Restez loyal envers l'agence et n'exprimez pas publiquement des opinions qui pourraient nuire à l'entreprise.

Droits d'auteur et vie privée

- Respectez la vie privée des individus concernant les photos et vidéos, tant au bureau que lors d'événements organisés par l'agence. Faites preuve de la même discrétion lorsque vous mentionnez ou incluez des collègues dans des publications.

- Veillez à ce que les liens renvoient à la source et obtenez l'autorisation de l'auteur de la publication lorsque cela est nécessaire.

- Évitez de vous engager, sur les réseaux sociaux, dans des conversations négatives ou controversées liées à la marque et concentrez-vous sur les aspects positifs.

- De nombreux clients ont des politiques de confidentialité qu'il convient de respecter. Toute mention d'informations relative aux clients sur les réseaux sociaux doit être vérifiée auprès de la direction de l'agence ou directement auprès du client.

QUI ?

Les Chief Executive Officers et les Chief Talent Officers des Pays.