



# Charte des réseaux sociaux de l'EIVP



# Sommaire

---

## Sommaire

---

### Facebook

---

Publication par le service communication

Publication par des tiers

Action de marquer certaines pages comme « favorites »

### Twitter

---

« Tweets »

« Retweet »

Suivi d'un autre compte Twitter

# Facebook

---

La page Facebook de EIVP est gérée par le service communication de l'établissement.

## Publications par le service communication

---

### Type d'informations

Le service communication publie sur la page Facebook de l'établissement des informations concernant notamment :

- La vie du campus
- Les activités étudiantes
- La culture (urbaine)
- Le sport
- Les initiatives prises par l'école
- L'innovation
- La recherche
- La formation

Ces informations doivent concerner l'EIVP, mais peuvent aussi se rapporter à des informations de tiers à condition que ces informations aient un intérêt pour la communauté Facebook de l'EIVP.

Le service communication ne publiera pas de texte ou d'image :

- A caractère discriminatoire ou qui appelle à la haine ou à la violence
- A caractère diffamatoire ou insultant
- Qui contrevient à la législation, notamment en matière de droit à l'image et de droit d'auteur
- Qui fait la promotion d'un événement tarifé (sauf exception concernant certains événements organisés par des étudiants ou des diplômés)

### Photographies

Les photographies publiées par le service communication doivent être accompagnées du nom ou pseudonyme de la personne ayant réalisé les clichés si cette personne le souhaite. Les personnes apparaissant sur les photographies mises en ligne ne doivent pas être « taggées » sur la page Facebook de l'établissement sauf demande expresse de la personne en question, et ce afin de respecter le droit à l'image de chacun.

Par ailleurs, toute personne s'estimant lésée dans la publication d'une ou plusieurs photographies pourra faire valoir son droit à l'image et demander le retrait du cliché, par simple mail à [communication@eivp-paris.fr](mailto:communication@eivp-paris.fr).

La photographie devra être retirée promptement par le service communication.

D'une façon générale, il convient que toute personne étant amenée à prendre des photographies en vue de les faire publier sur Facebook demande l'autorisation expresse aux individus apparaissant sur les clichés pour une publication en ligne.

# Facebook

---

## Evènements

Concernant la publication d'évènements, il convient de ne pas envoyer de rappel par mail à tous les « fans » (« mettre à jour tous les fans ») de la page de façon systématique et pour des évènements ne revêtant pas un caractère majeur. Cette fonctionnalité sera utilisée de façon parcimonieuse pour ne pas gêner les utilisateurs, chaque « fan » pouvant inviter à son tour ses amis à un évènement créé par l'établissement.

Les évènements publiés par le service communication devront dans la mesure du possible être illustrés par une image.

## Statuts

Les statuts doivent être illustrés dans la mesure du possible par une photo. Ne doivent pas être trop long. Certaines publications peuvent prendre forme d'article pour éviter d'attacher les documents pdf.

Les liens hypertextes sont à effacer une fois que la page ciblée est visible avec la vignette.

## Publication par des tiers

---

Les tiers peuvent commenter les statuts de la page Facebook de l'établissement. La modération est réalisée a posteriori et vise à supprimer les messages et images qui ne sont pas acceptables sur la page Facebook de l'école. Sont considérés comme inacceptables les messages (images et/ou textes) :

- A caractère discriminatoire ou qui appellent à la haine ou à la violence
- A caractère diffamatoire ou insultant
- Qui contreviennent à la législation, notamment en matière de droit à l'image et de droit d'auteur
- Qui font la promotion d'un évènement tarifé (sauf exception concernant certains évènements organisés par des étudiants ou des diplômés)
- Qui peuvent être apparentées à du spam.

## Action de marquer certaines pages comme « favorites » (qui apparaissent dans les mentions « j'aime » de la page de l'EIVP)

---

Le service communication, de sa propre initiative ou sur demande d'un personnel, d'un étudiant ou d'un diplômé, ou de toute personne extérieure à l'établissement, peut être amené à marquer une page comme « favorite ». Cette page apparaît ensuite dans les favoris de la page EIVP, dont le « mur » est alors nourri des informations des autres pages. Ces pages doivent avoir un rapport avec l'activité de l'école, de ses étudiants, de ses personnels ou de ses diplômés.

Le service communication peut décider unilatéralement et de sa propre initiative d'interrompre le suivi de certaines pages favorites. Des personnels, étudiants, diplômés ou des personnes extérieures à l'établissement peuvent également proposer l'arrêt du suivi d'une page. L'opération est réalisée à discrétion du service communication, en consultation avec la Direction de L'EIVP qui reliera la demande de suppression.

Le compte Twitter de l'EIVP est géré par le service communication de l'établissement.

## «Tweets»

---

De manière générale les informations diffusées sur le compte Twitter de l'EIVP concernent de tiers, mais sont en relation avec les activités de l'école au sens très large :  
Le service communication publie/tweet/retweet sur le compte Twitter de l'établissement des informations concernant :

- Les actualités des secteurs du Génie urbain : Aménagement, architecture, climat, mobilité, développement durable, ville...
- Les actualités liées à l'enseignement supérieur et à la ville au sens large
- Les actualités de l'EIVP
- Les initiatives prises par l'école
- L'innovation
- La recherche
- La formation
- La vie du campus

Le service communication ne publiera pas de texte ou d'image :

- A caractère discriminatoire ou qui appelle à la haine ou à la violence
- A caractère diffamatoire ou insultant
- Qui contrevient à la législation, notamment en matière de droit à l'image et de droit d'auteur
- Qui fait la promotion d'un événement tarifé (sauf exception concernant certains événements organisés par des étudiants, des personnels ou des diplômés)
- Qui peuvent être apparentées à du spam

## «Retweet»

---

L'action de « retweeter » correspond à la reprise d'une information publiée par un tiers. Le service communication peut « retweeter » des informations si ces dernières correspondent aux types d'informations listés ci-dessus. Les sources de ces informations doivent être identifiées comme étant des sources connues ou institutionnelles n'émettant pas de fausse information, et prenant la responsabilité des éléments publiés.

Le service communication devra par ailleurs veiller à « retweeter » des informations ne contenant pas de liens renvoyant vers un site :

- A caractère discriminatoire ou qui appelle à la haine ou à la violence
- A caractère diffamatoire ou insultant
- Qui contrevient à la législation, notamment en matière de droit à l'image et de droit d'auteur
- Qui fait la promotion d'un événement tarifé (sauf exception concernant certains événements organisés par des étudiants, des personnels ou des diplômés)

Toutes les personnes suivant l'EIVP peuvent « retweeter » les informations préalablement « tweetées » par l'établissement.

## Suivi d'un autre compte Twitter

---

Le service communication, de sa propre initiative ou sur demande d'un personnel, d'un étudiant ou d'un diplômé, ou de toute personne extérieure à l'établissement, peut être amené à suivre un compte Twitter. Ce compte apparaît ensuite dans les comptes suivis par l'EIVP dont le « flux » est alors nourri des informations des autres comptes. Ces pages doivent avoir un rapport avec l'activité de l'école, de ses étudiants, de ses personnels ou de ses diplômés.

Le service communication peut décider unilatéralement et de sa propre initiative d'interrompre le suivi de certains comptes. Des personnels, étudiants, diplômés ou des personnes extérieures à l'établissement peuvent également proposer l'arrêt du suivi d'un compte. L'opération est réalisée à discrétion du service communication, en consultation avec la Direction de L'EIVP qui reliera la demande de suppression.