



INSTITUT UNIVERSITAIRE
DE CARDIOLOGIE
ET DE PNEUMOLOGIE
DE QUÉBEC

POLITIQUE

Code : DRHCAJ-512

Instance responsable : Direction des ressources humaines, des communications et des affaires juridiques

Approuvée par :

Approuvée (ou adoptée) au comité de direction le :
17 janvier 2019

Adoptée par le conseil d'administration le : s. o.
Résolution no : s. o.

Entrée en vigueur le : 17 janvier 2019

Cette politique annule la politique no : s. o.

TITRE : Politique relative à l'utilisation des médias sociaux

1. FONDEMENTS

Les médias sociaux sont devenus un outil de communication incontournable, utilisés autant par les intervenants de l'Institut que par l'établissement, dans ses stratégies de communication. Compte tenu de la portée publique des médias sociaux, il incombe à l'établissement d'encadrer leur utilisation pour tous les intervenants. Le présent document fait foi des règles à respecter concernant l'utilisation des médias sociaux.

Cette politique repose, entre autres, sur différentes assises normatives, notamment :

- Les articles 4, 5, 6 et 9 de la *Charte des droits et libertés de la personne*, L.R.Q., c. C-12;
- La *Loi sur les services de santé et les services sociaux*, L.R.Q., c. S-4.2, quant aux règles de confidentialité (art. 19) et au respect des droits des usagers (art. 3);
- La *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels*, L.R.Q., c. A-2.1;
- Les articles 3, 35, 36, 1463, 2085 et 2088 du *Code civil du Québec*, L.Q. 1991, c. 64;
- Le *Code des professions*, L.R.Q., c. C-26 et les codes de déontologie des divers professionnels de l'établissement, au sens de l'annexe I de ce Code;
- Le *Code d'éthique de l'établissement*;

CONSULTATIONS

Conseil des infirmières et infirmiers

Conseil multidisciplinaire

Conseil des médecins, dentistes et pharmaciens

Gestionnaires de l'Institut

Autres : comité de direction

- *Politique relative à la sécurité de l'information DSM-024;*
- *Politique relative à l'utilisation des dispositifs de communication cellulaires et aux postes radio portatifs à deux voies DRIT-001.*
- *Politique relative aux communications DG-015.*

2. PRINCIPES

Outils de communication incontournables en raison de leur popularité et de leur influence sans cesse grandissante au sein de la population, les médias sociaux (MS) sont des plateformes de communication permettant notamment de susciter des réflexions, d'engager des conversations, de valoriser des expertises, de promouvoir des événements et de faire connaître des services. L'apparition de ces nouveaux médias a eu pour effet de bouleverser notre manière de communiquer, réduisant du même coup la ligne entre la vie professionnelle et la vie personnelle. Puisque ce sont des médias publics, nul ne peut donc prétendre à la confidentialité des propos qui y sont diffusés. Par conséquent, ils doivent être utilisés de façon réfléchie et structurée et être abordés avec prudence et de manière encadrée.

L'Institut a choisi d'ajouter ces nouvelles formes de communication aux moyens qu'elle privilégie afin de remplir sa mission. Dans ce contexte, la présente politique vient à la fois baliser le comportement des utilisateurs sur les plateformes sociales de l'établissement et d'en encadrer l'utilisation et la consultation par toute personne œuvrant à l'Institut.

3. OBJECTIFS

Les objectifs visés par cette politique sont :

- d'encadrer l'utilisation des médias sociaux par l'Institut et par toute personne y œuvrant, qu'elle soit autorisée par l'établissement ou pas;
- d'assurer la protection des renseignements confidentiels et personnels;
- d'assurer une utilisation des médias sociaux dans le respect et la courtoisie.

4. CHAMP D'APPLICATION

Cette politique s'applique aux :

- intervenants de l'Institut
- usagers
- membres des médias
- visiteurs

5. DÉFINITIONS

Médias sociaux (MS)	<p>Les MS se définissent comme étant toute forme d'applications, plateformes et médias virtuels en ligne visant à faciliter l'interaction, la collaboration ainsi que le partage de contenu. Les MS sur Internet incluent notamment :</p> <ul style="list-style-type: none">• les sites sociaux de réseautage (<i>Facebook, MySpace, Instagram, LinkedIn, etc.</i>);• les outils de communication électroniques (messages textes, etc.) utilisés par les appareils intelligents mobiles ou les tablettes;• les sites de partage de vidéos ou de photographies (<i>Facebook, Flickr, YouTube, iTunes, Instagram, Vimeo, etc.</i>);• les sites de « <i>micro-blogging</i> » (<i>Twitter, Tumblr, Pinterest, etc.</i>);• les blogues, personnels ou corporatifs, hébergés par des médias traditionnels (<i>Vidéotron, Canoë, Journal de Montréal, TVA, Radio-Canada, etc.</i>);• les forums de discussion (<i>Yahoo! Groups, Google Groups, Wave, Reddit, etc.</i>);• les encyclopédies en ligne (<i>Wikipédia, etc.</i>);• les plateformes de réseautage musicales (<i>Soundcloud, 8tracks, Deezer, Spotify, etc.</i>);• tout autre site Internet qui permet à des utilisateurs ou à des compagnies d'utiliser des outils de publication en ligne.
Confidentialité	Propriété d'une information ou de renseignements personnels qui ne doivent pas être divulgués à des personnes ou à des entités non autorisées.
Renseignements personnels	Renseignements concernant une personne physique et permettant de l'identifier.
Intervenants	Toute personne : médecin, dentiste, pharmacien, autre professionnel de la santé, chercheur, employé, consultant, résident, professeur, stagiaire, bénévole et étudiant ainsi que toute personne physique ou morale liée par contrat, œuvrant au sein de l'Institut.
Usager, participant à un projet de recherche ou son représentant	Personne, ou son représentant légal, qui bénéficie ou a bénéficié de services de santé, de services sociaux ou qui participe à un projet de recherche à l'Institut.
Utilisateur	Personne qui utilise les médias sociaux.
Utilisateur autorisé	Personne autorisée à utiliser les médias sociaux dans le cadre de ses fonctions au sein de l'établissement.

Visiteur Personne effectuant une visite à l'Institut sans recevoir des soins ou des services, notamment les personnes de passage pour visiter un usager, un membre de la communauté de l'Institut ou livrer du matériel.

6. MODALITÉS

POUR TOUS LES UTILISATEURS DES MÉDIAS SOCIAUX

Qu'ils soient à l'intérieur ou à l'extérieur de l'établissement, tous les utilisateurs des médias sociaux doivent exercer leur droit fondamental à la liberté d'expression, en vertu des fondements de cette politique énoncés ci-dessus.

Tout utilisateur peut être tenu responsable des propos et des documents qu'il diffuse sur les médias sociaux, dont les vidéos, les extraits sonores et les images. En outre, tout utilisateur doit veiller au respect du droit d'auteur et de la confidentialité. La prudence est de mise en tout temps. Tout utilisateur est responsable de propos jugés diffamatoires, obscènes ou discriminatoires qu'il publie.

Il est interdit à tous les utilisateurs de :

- divulguer des renseignements personnels concernant les usagers ou les visiteurs, des renseignements qui permettraient de les identifier, soit directement ou indirectement (aucune vidéo, aucune image, aucun nom ne peuvent être diffusés par un utilisateur sur les médias sociaux sans avoir obtenu, au préalable, le consentement de la personne concernée);
- divulguer des renseignements personnels concernant les différents intervenants œuvrant au sein de l'établissement, des renseignements qui permettraient de les identifier, soit directement ou indirectement, sans avoir obtenu, au préalable, le consentement de la personne concernée;
- formuler tout jugement désobligeant, vexatoire, médisant, blessant ou calomnieux à l'endroit d'un usager, d'un visiteur ou d'une personne qui occupe une fonction ou exerce une profession ou est de passage à l'Institut;
- porter atteinte à la réputation d'un usager, d'un visiteur ou d'une personne qui occupe une fonction, exerce une profession ou est de passage à l'Institut, ou à l'établissement.

POUR TOUS LES UTILISATEURS DES MÉDIAS SOCIAUX ŒUVRANT AU SEIN DE L'INSTITUT

En plus des points mentionnés ci-dessus, les utilisateurs des médias sociaux œuvrant au sein de l'Institut doivent :

Agir au mieux de leur jugement

Qu'ils soient à l'intérieur ou à l'extérieur de l'établissement, les utilisateurs œuvrant à l'Institut doivent respecter le caractère confidentiel des données et des renseignements détenus par l'Institut.

Il est interdit, entre autres, à tous les utilisateurs œuvrant à l'Institut de :

- divulguer des renseignements contenus à l'intérieur du dossier patient;
- discuter de cas d'usagers entre intervenants, et ce, même si les données sont discutées de façon anonyme;
- divulguer des informations confidentielles sans l'obtention d'une autorisation.

Agir avec loyauté

Les utilisateurs œuvrant à l'Institut doivent agir avec loyauté envers l'établissement. Il est interdit, entre autres, de :

- diffuser du matériel confidentiel obtenu dans le cadre du travail;
- diffuser du matériel sans respecter le droit d'auteur et la propriété intellectuelle;
- nuire à la réputation de l'Institut.

L'accès aux médias sociaux à l'extérieur de l'établissement

L'établissement ne peut empêcher l'accès aux médias sociaux à ses utilisateurs lorsque cet accès est fait à l'extérieur de l'établissement, car chacun d'entre eux est titulaire du droit à la liberté d'expression.

Par contre, chaque utilisateur a le devoir de respecter la **confidentialité de certains renseignements** détenus par l'établissement, d'utiliser les informations avec rigueur et d'agir en toute loyauté envers ce dernier.

De plus, aucun individu ne peut créer une page ou un groupe en utilisant le nom et/ou le logo de l'Institut, et ce, sans obtenir au préalable le consentement du Bureau des communications de l'Institut.

L'accès aux médias sociaux en milieu de travail

L'utilisation d'Internet ou du courrier électronique en milieu de travail doit être faite uniquement à des fins professionnelles. Est proscrite, toute utilisation des médias sociaux à des fins personnelles pour l'ensemble des utilisateurs de l'établissement visés par la présente politique, sauf s'il s'agit d'un bien personnel utilisé en dehors des heures de travail. Spécifiquement, seuls les utilisateurs autorisés de l'établissement peuvent se servir des médias sociaux sur leur poste de travail et durant leurs heures de travail.

Exceptionnellement, un gestionnaire peut autoriser une personne salariée à utiliser les médias sociaux, sur son cellulaire, dans le cadre de son travail.

POUR TOUS LES UTILISATEURS AUTORISÉS

L'Institut autorise certains utilisateurs à utiliser les médias sociaux en leur nom dans le cadre de leurs fonctions au sein de l'Institut (ex. : certains employés de la Direction des ressources humaines, des communications et des affaires juridiques (DRHCAJ)). Cette autorisation s'accompagne de plusieurs règles de conduite à respecter.

En plus de ce qui est attendu des utilisateurs des médias sociaux et des utilisateurs des médias sociaux œuvrant au sein de l'Institut, les utilisateurs autorisés doivent :

- favoriser un lien d'échange et contribuer à la création et au maintien d'une communauté partageant un intérêt pour la mission et les accomplissements de l'Institut;
- respecter la ligne éditoriale et la nétiquette des médias sociaux de l'Institut;

- agir promptement pour corriger une erreur (publication erronée, diffamatoire ou autre) ou pour empêcher toute situation conflictuelle ou pouvant miner la confiance d'autrui envers l'Institut;
- mettre de l'avant les valeurs et les engagements de l'Institut d'une façon honnête, exacte et transparente;
- informer le Bureau des communications de tout comportement néfaste ou d'information suspecte lu ou vu dans les médias sociaux;
- agir avec professionnalisme en tout temps;
- respecter les obligations de réserve, de confidentialité et de déontologie à l'endroit des usagers, de ses collègues et de l'établissement;
- consulter son supérieur en cas de doute.

7. RESPONSABILITÉS

Les rôles, les responsabilités et les obligations des diverses instances dans l'application de la présente politique sont répartis de la façon suivante :

Comité de direction

- Adopte la politique d'utilisation des médias sociaux
- Voit à l'application de la présente politique

La Direction des ressources humaines, des communications et des affaires juridiques

- S'assure que les utilisateurs sont informés de la présente politique
- Rédige la présente politique et s'assure de ses mises à jour

Plus spécifiquement, le **Bureau des communications** :

- assure la diffusion de la politique;
- anime les médias sociaux de l'Institut;
- veille à la réputation en ligne de l'établissement;
- approuve les demandes des directions concernant les utilisateurs autorisés des médias sociaux.

La Direction des ressources informationnelles du CHU de Québec (regroupement des ressources informationnelles entre le CHU de Québec – Université Laval et l'Institut)

- Veille à effectuer le paramétrage des autorisations et à ce que les outils de communication Web de l'établissement soient utilisés à des fins appropriées;
- Communique toute situation susceptible de compromettre la sécurité de l'information aux personnes en autorité responsables, selon le statut de l'utilisateur;
- Consigne et gère les situations non conformes selon le Registre des incidents de sécurité.

Les directions

- Assurent l'application de la politique dans leur direction;

- Désignent les utilisateurs autorisés de médias sociaux (ex : gestionnaires) au sein de leur direction et font la demande auprès du Bureau des communications, à la DRHCAJ;
- Communiquent avec le Service de la paie régionalisé (CIUSSS de la Capitale-Nationale), toute situation susceptible de compromettre la sécurité de l'information au Securite.Informatique@chudequebec.ca;
- Évaluent toute situation portée à leur connaissance qui est susceptible de contrevenir à la présente politique et prennent, au besoin, toute mesure administrative et en informe la DRHCAJ.

Le responsable de la sécurité de l'information

- Coordonne, avec le responsable de l'accès à l'information, toutes les activités relatives à la protection des renseignements personnels;
- Coordonne la sécurité concernant les actifs informationnels et de télécommunication;
- Vérifie périodiquement que le programme général de sécurité concernant les actifs informationnels, de télécommunication et de protection des renseignements personnels soit respecté et suit la mise en œuvre de toute recommandation découlant d'une vérification ou d'un audit.

Les gestionnaires

- Sensibilisent les membres de leur équipe à la présente politique;
- Informent la direction concernée de toute situation pouvant contrevenir à la présente politique;
- Appliquent les mesures administratives ou disciplinaires, au besoin.

Les utilisateurs autorisés et les utilisateurs œuvrant au sein de l'établissement

- Appliquent la présente politique;
- Déclarent tout incident qui pourrait contrevenir à la présente politique à la DRHCAJ.

Tout intervenant œuvrant au sein de l'Institut

- Respecte la politique.

8. ENTRÉE EN VIGUEUR

La politique entre en vigueur dès son adoption par le comité de direction.

9. ANNEXES

Annexe I : Ligne éditoriale des médias sociaux de l'Institut

Annexe II : Nétiquette

Sources : CHUM, CHU de Québec, Association des pharmaciens des établissements de santé du Québec

Annexe 1 – Ligne éditoriale des médias sociaux de l’Institut

CONTEXTE

L’Institut universitaire de cardiologie et pneumologie de Québec – Université Laval (l’Institut) est un chef de file, reconnu internationalement, en ce qui a trait aux services spécialisés et ultraspécialisés en cardiologie, pneumologie et obésité. La recherche intégrée au milieu clinique favorise le développement de nouvelles techniques basées sur les résultats des dernières recherches. Acteur dynamique et important dans l’offre de soins pour la population de la région de Québec et de l’est du Québec, l’Institut souhaite augmenter son rayonnement aux moyens des médias sociaux, outil incontournable de communication à l’ère numérique.

OBJECTIFS

Par l’entremise des médias sociaux, l’Institut vise :

- la promotion de l’excellence de ses pratiques et de l’expertise de son personnel, des médecins et des chercheurs;
- le rayonnement;
- le recrutement, l’attraction et la rétention de la main-d’œuvre;
- l’adhésion du personnel en développant son sentiment d’appartenance;
- la diffusion d’information populationnelle.

Il souhaite rejoindre, par ses plateformes d’échange, la population, ses intervenants et ses partenaires régionaux, nationaux et internationaux.

MÉDIAS SOCIAUX

L’Institut est présent sur Facebook par le biais d’une page institutionnelle et par un groupe *Facebook* officiel destinés principalement aux employés, d’un compte *Twitter*, ainsi que sur *LinkedIn* et *YouTube*. Tous les médias sociaux de l’Institut sont gérés par le Bureau des communications, de la DRHCAJ et certains utilisateurs désignés par celui-ci.

1. Page Facebook officielle

L’Institut souhaite développer et consolider sa présence sur Facebook, et ce, afin de faire rayonner sa mission et ses réalisations.

Sur cette page, on peut retrouver :

- du contenu créé par l’Institut (nouvelle, infographie, vidéos, *gifs*, etc.);
- des nouvelles publiées dans les médias relatives à la mission de l’Institut;
- des actualités, publications et activités des partenaires de l’Institut;
- de la vidéo en direct;
- du contenu destiné au recrutement externe;
- de la diffusion d’information à la population, les intervenants et les partenaires.

Le rayonnement du contenu dans les médias sociaux étant basé sur l'interaction, il est important de viser un objectif d'interagir avec 100 % des commentaires, par un « j'aime » ou une réponse, ou des messages privés, et ce, dans des délais très courts. L'utilisation d'images et de vidéos est fortement recommandée.

Fréquence souhaitée : une fois par jour.

2. Groupe Facebook officiel

Le groupe *Facebook Groupe officiel IUCPQ-UL* a été créé afin d'avoir un espace d'échanges d'information pour toute personne œuvrant au sein de l'Institut. Facilement accessible de la maison, c'est un outil de choix pour diffuser de l'information à propos de l'Institut, qui pourra être consultée hors des heures de travail. Étant donné que les employés qui consultent ces informations le font hors des heures de travail, le contenu diffusé doit refléter un côté détendu. On peut donc y trouver :

- des publications sur des activités organisées pour les employés;
- des actualités sur les activités connexes de l'Institut (ex. : troupe de théâtre *Les fous de la rampe*);
- des publications médiatiques (textes de journaux, reportages vidéos, etc.) sur l'Institut, ses médecins, ses chercheurs ou ses activités;
- du contenu pour du recrutement.

Les personnes acceptées dans le groupe officiel doivent pouvoir être identifiées avec nom et prénom, ainsi qu'une photo les représentant, sans quoi l'accès peut être refusé.

3. Compte Twitter officiel

On peut retrouver sur le compte Twitter :

- du contenu créé par l'Institut (nouvelle, infographie, vidéos, *gifs*, etc.);
- des nouvelles relatives à la mission de l'Institut;
- des actualités, publications et activités des partenaires de l'Institut;
- de la vidéo en direct.

Twitter est également le principal réseau social utilisé par les journalistes et tous les communiqués devraient y être diffusés en étant identifiés comme tels. C'est aussi dans ce média social que l'on voudra communiquer avec les communautés scientifiques d'ici et d'ailleurs.

Étant bien différent de Facebook de par son public et ses contraintes (280 caractères, 10 comptes « taggués » maximum par photo, longueur des vidéos limitée à 140 secondes, etc.), il est important d'adapter notre utilisation à cette réalité afin de réussir à bâtir une véritable communauté avec laquelle interagir.

Fréquence souhaitée : minimum une fois par jour.

4. Compte *LinkedIn*

Avec le compte *LinkedIn*, outre le rayonnement de l'Institut, on veut surtout montrer que l'Institut est un employeur de choix. Le contenu qui s'y retrouve :

- offres d'emploi;
- publications en lien avec des activités favorisant la santé et le mieux-être des employés;
- nouvelles sur l'implication dans la communauté des intervenants de l'Institut;
- nouvelles sur l'excellence de l'Institut.

Ce compte est animé par la DRHCAJ.

Fréquence souhaitée : une fois par jour de semaine

5. Compte *YouTube*

L'Institut possède un compte *YouTube* afin de diffuser des vidéos informatives, pédagogiques ou servant le rayonnement de l'Institut. On peut donc y retrouver des vidéos telles que :

- vidéos d'enseignement, destinées aux professionnels de la santé;
- vidéos informatives vulgarisant du contenu scientifique et adressées à la population;
- vidéos pour le rayonnement.

À l'occasion, on peut y retrouver des messages vidéo s'adressant spécifiquement aux employés. Cependant, la dimension publique de YouTube doit être prise en compte.

Fréquence visée : une par mois (création de l'Institut).

MODÉRATION

Une nétiquette adressée au grand public et à tous les utilisateurs de nos médias sociaux ainsi qu'une politique d'utilisation des médias sociaux adressée à tous les employés, intervenants, médecins, chercheurs, stagiaires, étudiants et bénévoles œuvrant au sein de l'Institut, sont disponibles sur le site Internet de l'Institut, sont les lignes directrices pour l'utilisation de nos médias sociaux.

VALIDITÉ, DISPONIBILITÉ ET REDIRECTION DES QUESTIONS

Le site Internet de l'Institut demeure la source d'information officielle. Lorsque les contenus publiés sur les médias sociaux de l'Institut diffèrent de ceux publiés sur le site Internet, les informations présentes sur celui-ci prévalent.

L'Institut, par l'entremise du Bureau des communications, assure une mise à jour et une surveillance quotidiennes de ses médias sociaux à l'intérieur des heures normales de bureau, soit du lundi au vendredi, de 8 h à 12 h et de 13 h à 16 h. Mais à l'occasion, une présence peut être assurée en dehors de ces heures.

L'Institut ne répond pas de manière automatique aux messages reçus sur les médias sociaux. Les questions transmises sont traitées au cas par cas. Lorsqu'il le juge approprié, des réponses seront fournies.

Les questions des journalistes soumises par l'intermédiaire des médias sociaux de l'Institut sont redirigées à la personne responsable des relations avec les médias, à la DRHCAJ.

LANGUE DE COMMUNICATION

L'Institut privilégie l'utilisation de la langue française pour animer ses médias sociaux et s'engage à conserver un français de qualité. Cependant, il se réserve la possibilité de partager du contenu en anglais lorsque cela est d'intérêt pour sa communauté et que ce contenu n'existe pas en français ou qu'il consiste en des contenus scientifiques produits par des intervenants de l'Institut pour un meilleur rayonnement international.

COMPTES SUIVIS

L'Institut s'assure de suivre du contenu pertinent en lien avec sa mission. La décision de s'abonner à un compte ne signifie pas que l'Institut appuie la personne morale ou physique et souscrit à ses propos.

DROIT D'AUTEUR ET RESPECT DE LA VIE PRIVÉE

Conformément à la *Loi sur le droit d'auteur*, l'Institut s'engage à respecter le contenu d'autrui, notamment les textes et les images, et d'en mentionner la provenance.

L'Institut est soumis à la *Loi sur les services de santé et les services sociaux* et à la *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels*. Par conséquent, il s'engage à diffuser du contenu qui respecte les lois en vigueur.

NEUTRALITÉ POLITIQUE

L'Institut applique un droit de réserve quant à l'orientation du gouvernement en place, à moins que ses intérêts soient directement concernés. De ce fait, ses publications, ses commentaires et ses partages d'information sur les médias sociaux doivent être exempts de préoccupations partisans.

Annexe 2 - Nétiquette

La nétiquette est l'ensemble des règles de conduite régissant le comportement des internautes qui interagissent dans nos médias sociaux, qu'ils soient membres du personnel ou de la population. Avant d'intervenir dans une tribune, il est important d'en prendre connaissance.

L'Institut universitaire de cardiologie et de pneumologie de Québec – Université Laval, ci-après nommé l'Institut, encourage la discussion dans ses médias sociaux. Ainsi, lorsque vous vous exprimez sur les médias sociaux identifiés à l'Institut, vous devez être aussi courtois que si vous parliez à quelqu'un face à face.

La présence dans les médias sociaux est assurée de 8 h à 16 h, du lundi au vendredi, par les membres du Bureau des communications.

Respect de la vie privée et protection des renseignements personnels

- Nous nous engageons à respecter le droit à la vie privée. Si vous souhaitez afficher des photos ou des vidéos sur cette page, assurez-vous d'avoir le consentement des gens qui y apparaissent.
- Protégez vos renseignements personnels et ceux des autres : faites preuve de prudence et de réserve afin de ne pas révéler d'informations délicates ou personnelles si vous désirez évoquer des expériences vécues.

Les personnes œuvrant à l'Institut doivent également se référer au code de déontologie de leurs ordres professionnels respectifs, le cas échéant. La présente nétiquette complète, mais ne remplace pas, l'engagement à la confidentialité et la politique d'utilisation des médias sociaux de l'établissement.

Nous sommes tenus à la confidentialité des informations que nos usagers nous transmettent. En effet, en vertu de la *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et la protection des renseignements personnels*, aucun renseignement permettant d'identifier un usager (ex. : numéro de chambre, problème de santé spécifique, tout renseignement à caractère nominatif, etc.) ne peut être divulgué dans nos médias sociaux.

Nous ne pouvons pas traiter d'un cas ou d'un problème de santé en particulier sur les médias sociaux et nous n'offrons pas de services d'évaluation ou de consultation par nos médias sociaux aux internautes. Pour obtenir de l'aide ou des réponses à des problèmes de santé, vous devez consulter votre médecin ou appeler au numéro général de l'Institut au 418 656-8711, si vous recevez des services chez nous.

Les règles à respecter

1. Les médias sociaux de l'Institut ne sont pas une tribune anonyme. Au moment d'écrire un commentaire, les utilisateurs sont tenus d'indiquer leur nom (qui s'affichera au moment de la publication du commentaire). L'Institut se réserve le droit de supprimer un commentaire s'il existe un doute quant à l'identité de son auteur.
2. L'usurpation de l'identité d'autrui dans l'intention d'induire en erreur ou de causer un préjudice est une infraction grave dont le bannissement sera la conséquence directe.
3. Les sections commentaires et messages privés sont ouvertes à toutes et tous, quels que soient l'âge, l'origine ethnique, la religion, le sexe ou l'orientation sexuelle.

4. Les propos suivants seront supprimés, l'utilisateur sera averti, et en cas de récidive, sera banni :
 - sexistes, diffamatoires, haineux, racistes, xénophobes, homophobes ou disgracieux envers l'origine ethnique, l'appartenance à une religion ou à un groupe d'âge seront supprimés et suivis d'un avertissement;
 - Les commentaires hors-sujet ou de mauvaises fois seront également supprimés;
 - Utilisant des majuscules, ce qui équivaut aux cris et peut être interprétée comme de l'agressivité (à l'exception des sigles et acronymes);
 - Le langage vulgaire, obscène ou malveillant est interdit. Les tribunes sont des lieux publics, et vos propos pourraient heurter certains internautes;
 - Les informations personnelles (adresses courriel, coordonnées, etc.) ou confidentielles (numéro d'assurance sociale, etc.).
5. Le respect mutuel est de mise entre les utilisateurs. Ainsi, il est interdit d'injurier, de menacer ou de harceler quiconque.
6. La langue utilisée est généralement le français.
7. L'envoi de messages à répétition (*spam*) nuit aux échanges et ne sera pas toléré. Ils seront supprimés.
8. La publicité sous quelque forme que ce soit, est interdite, que ce soit à votre bénéfice ou au bénéfice d'une autre personne ou une autre entreprise.
9. L'Institut se réserve le droit de modifier ces règles de conduite (nétiquette) en tout temps, et ce, sans préavis.

Vous pouvez nous aider à garder cet espace libre de commentaires qui contreviennent à la nétiquette en les signalant. La modération est effectuée régulièrement. Il se peut, cependant, que certains commentaires restent visibles pour un moment avant d'être traités.

Plainte concernant les soins et services reçus à l'Institut

Si vous désirez nous faire part d'une insatisfaction :

- exprimez d'abord votre insatisfaction au personnel concerné;
- ou encore, demandez à rencontrer le responsable du département ou du service où vous ont été prodigués les soins et les services;
- si vous n'êtes toujours pas satisfait, vous pouvez nous formuler une plainte verbale ou déposer une plainte écrite auprès de la commissaire locale aux plaintes et à la qualité des services.

Pour connaître la procédure à suivre, [visitez notre site Internet](#).