



Janet Toddington
Legal counsel
Canada Post Corporation
Vancouver

and very straightforward," she adds. "It reminds users of social media that you're personally responsible and can be held liable for what you put online. The content is available to the world and it is there for a long time. Also, follow the rules... be cognizant that there are laws that apply in the real world and online, such as those relating to confidential information and defamation."

In addition, employees are required to identify their relation to Canada Post, use appropriate language, protect the brand, its secrets and confidential information, and, above all, not forget their day job.

Monitoring activity on social media is a little trickier. Although the vast majority of employees follow company rules, there are always rogues who will abuse them. And it's not just about what employees are

Twitter@travail

Pour rentabiliser la révolution en ligne, les départements juridiques doivent évaluer à la fois les risques et les atouts des médias sociaux.

Les entreprises canadiennes n'ont pas la réputation d'être avant-gardistes lorsqu'il s'agit d'adopter les méthodes de communication innovatrices. L'avènement du téléphone avait engendré beaucoup de retenue et de méfiance; Facebook et Twitter ne font pas exception. Un sondage datant d'octobre mené par Robert Half Technology en Californie révèle que 58 % des 270 directeurs des systèmes d'information d'entreprises canadiennes sondés ont rapporté que leurs organisations interdisent à leur personnel d'utiliser Facebook, YouTube ou Twitter au bureau. En contrepartie, 22 % ont affirmé que leurs compagnies permettent leur utilisation

strictement à des fins d'affaires, tandis que 16 % permettent leur usage restreint. 3 % seulement approuvent tout type d'usage personnel de ces médiums.

Pourtant, les organisations peuvent substantiellement en tirer profit. Dans le cas du Web 2.0, son adoption par McKinsey & Company à New York a engendré une croissance des bénéfices, des produits et des services plus innovateurs, un marketing plus efficace, un meilleur accès à l'information et des coûts d'affaires moindres.

Mais il existe aussi des risques inhérents à l'utilisation des médias sociaux comme la confidentialité, auxquels les conseillers juridiques peuvent remédier.

L'interactivité : une liberté à double tranchant

Les applications du Web 2.0 augmentent l'interactivité des usagers comme jamais auparavant. La perte du contrôle absolu des organisations sur les contenus les fait rechigner à s'afficher sur Facebook ou Twitter, alors que ces deux médiums peuvent, au contraire, leur conférer une « personnalité » et une présence inédites. Une entreprise peut ainsi humaniser sa marque. De plus, les organisations utilisant les médias sociaux sont jugées comme étant au fait des plus récentes tendances.

IBM est un modèle de compagnie qui encourage son personnel à utiliser les

saying; companies should also be on the alert for situations where your organization becomes the focus of an external conversation.

For example, Domino's Pizza had to react quickly earlier this year after two employees in North Carolina posted prank videos on YouTube of themselves performing unhygienic acts on pizzas and sandwiches. Within 24 hours, the clips had gone viral, and were viewed more than 250,000 times, while anti-Domino's comments spread to Twitter and other social media sources.

Domino's quickly learned of the prank and issued a traditional press release, but it didn't stop there. The company posted a response video on YouTube, issued comments on Twitter, and company president Patrick Doyle announced that the store at which the videos were shot had been closed and sanitized, and the fast-food chain would conduct a review of its hiring practices.

Companies are keeping their eyes peeled for similar brand-damaging acts, but regardless of how they do it, the key is "that you need to have people in that position who live that space comfortably [and] who will look at the places worth looking at," says Martz.

In many cases, this includes a team of different-minded individuals. At Telus, a team of different stakeholders are engaged in the

process, Embiricos explains. "The communications team is in close contact with branding colleagues, risk management" and other departments, such as legal, with the end goal of protecting the brand.

Canada Post also believes that getting legal involved is key in monitoring activities. "Although we don't follow every tweet, we are concerned about proper protection for the brand and our trademarks. We keep our eye out for registered domain names, misappropriation of names, copyright and trademark infringement," Toddington says. "We want to ensure we safeguard and build our online corporate reputation."

Overall, having a presence on social media presents some new challenges and methods of managing communications for companies, but there are many benefits to be obtained from its use. And if your company hasn't yet looked at the possibility of establishing a presence on these channels, it should. "You need to accept that this is real. It's not a fad," Wotherspoon says.

Social media, adds Wilcox, is "not going away. In fact, it's going to become more and more powerful." ■

Pablo Fuchs is a Toronto-based business writer.

médias sociaux, notamment sous la forme de réunions virtuelles internationales. L'organisation de cette activité pour les 200 participants a généré des dépenses de 80 000 \$ U.S., des économies de 250 000 \$ en frais de voyage et un profit de 150 000 \$. IMB a également recueilli les commentaires d'environ 60 000 employés par l'intermédiaire de ses blogues corporatifs, de véritables outils de mobilisation.

La Société canadienne des postes a recouru à un média social pour fournir une plateforme à ses 72 000 employés. Un groupe de discussion en ligne a incité l'ensemble des employés à partager leurs opinions et à échanger avec la présidente Moya Greene. Désormais, cette dernière peut joindre des audiences variées par l'intermédiaire du blogue.

Une recherche d'équilibre

Certes, il faut protéger les organisations des risques juridiques associés à une mauvaise utilisation de son enseigne, au dévoilement de ses informations confidentielles et à la

diffamation par ses employés, éléments qui pourraient ternir son image de marque. La plupart des organisations interrogées ici comme Telus se sont basées sur leurs politiques existantes pour la cause, les médias sociaux étant considérés comme une simple extension des pratiques en vigueur.

La variante est que les employés sont sensibilisés aux défis relatifs aux nouveaux médias et au fait que les conversations sur les blogues ou wikis — quoiqu'informelles sur ces médias — sont permanentes et requièrent que les employés se comportent de la même manière qu'en situation habituelle de travail.

En 2008, Postes Canada a développé sa politique d'utilisation responsable des médias sociaux par son personnel et a énoncé les conséquences de sa violation. Les employés sont tenus d'identifier leur relation avec l'organisation, d'utiliser un langage approprié, de protéger l'enseigne et la confidentialité, mais aussi de ne pas négliger leur travail courant.

Surveiller les activités à travers les

médias sociaux n'est pas aisé. La réputation de Domino's Pizza en Caroline du Nord a été atteinte à cause d'une vidéo diffusée par deux de ses employés les montrant en train d'exécuter des actions dépourvues d'hygiène sur des pizzas et sandwiches. En 24 h, la vidéo a été vue plus de 250 000 fois. L'entreprise a dû réagir rapidement pour répondre aux critiques qui ont fusé sur Twitter.

Préventive, Telus réunit des acteurs-clés composés de communicateurs, de gestionnaires du risque et d'une équipe juridique pour protéger son image de marque, tandis que Postes Canada se penche minutieusement sur les aspects juridiques comme l'enregistrement de noms de domaines, les droits d'auteur et la violation de la marque de commerce.

Avec l'avènement de nouveaux médias sociaux encore plus puissants, les conseillers juridiques ne seront probablement pas en reste. ■

— Yasmina El Jamaï