



IMPACT
DEMARCHE GLOBALE

CHARTRE

Politique d'usage des Réseaux Sociaux

 **Constencia**

Version : 1.0
Date : 27/082025
Document : C0 – Diffusion
Publique

OBJECTIF ET PORTÉE

Constencia est une entreprise animée par l'innovation, la recherche d'excellence et l'amélioration constante.

Depuis sa création, Constencia est portée par des valeurs fortes : ambition, apprentissage, collectif et excellence.

Nous misons naturellement sur les technologies les plus avancées pour offrir la meilleure expérience et le meilleur accompagnement à nos clients, partenaires et collaborateurs.

Les réseaux sociaux font parties de ces technologies avancées. Ils occupent désormais une place centrale dans notre quotidien professionnel comme personnel.

Et pour cause l'usage des réseaux sociaux s'est largement démocratisé avec le temps. On estime le taux de pénétration proche des 80% au sein de la population française en 2024.

Malgré les nombreux avantages liés à leur utilisation, l'utilisation des réseaux sociaux n'en reste pour autant pas moins risquée.

Chez Constencia, nous croyons en leur formidable potentiel pour partager nos valeurs communes, mettre en lumière nos expertises et tisser des liens solides avec nos partenaires et collaborateurs actuels et futurs.

C'est dans cette état d'esprit que nous avons rédigé notre charte « politique d'usage des réseaux sociaux » ;

Elle se veut être le guide des bonnes pratiques, en termes d'utilisation des réseaux sociaux qui s'appliquent à l'ensemble des collaborateurs de l'entreprise.

C'est aussi et surtout une invitation à utiliser ces plateformes avec confiance, responsabilité et enthousiasme, tout en fournissant des clés précieuses pour valoriser son identité numérique professionnelle et l'image de l'entreprise.

Sont concernés par notre charte :



Tous les collaborateurs de l'entreprise et sous-traitant



DÉFINITIONS À CONNAITRE

Réseaux Sociaux Professionnel

Plateformes de mise en relation professionnelle, (réseautage, visibilité de compétences, recherche d'emploi ou partage d'expertise métier). Exemples : LinkedIn, Xing

Réseaux Sociaux Personnels

Ensemble de plateformes en ligne permettant de créer des profils, de publier du contenu (texte, photo, vidéo), de partager, commenter et interagir avec d'autres utilisateurs dans un but essentiellement personnel ou communautaire. Exemples : Facebook, Instagram, TikTok, Snapchat.

Smartphone

Appareil mobile multifonction connecté à Internet, permettant l'usage d'applications, notamment les réseaux sociaux, la navigation web, la messagerie et les appels. Il est devenu l'outil principal d'accès aux plateformes sociales.

Application mobile (app)

Programme téléchargeable sur un smartphone ou une tablette, conçu pour fournir un service ou une fonction spécifique.

Post (publication)

Contenu publié par un utilisateur sur une plateforme (texte, image, lien, vidéo...). Il peut être public, privé ou partagé à un cercle restreint.

Story

Format de publication éphémère (généralement 24 h), popularisé par Snapchat puis Instagram, qui permet de partager un moment instantané sous forme photo ou vidéo.

Hashtag (#)

Mot-clé précédé du symbole # utilisé pour indexer un contenu et le rendre trouvable par thème ou tendance. Ex : #Recrutement #MarketingDigital

Follower / Abonné

Utilisateur qui suit l'activité d'un autre profil ou page pour en voir les publications.

Personnal Branding

Stratégie d'image personnelle visant à valoriser son identité, son expertise ou ses valeurs à travers une présence maîtrisée sur les réseaux sociaux (surtout LinkedIn).

Community Management

Ensemble des actions visant à animer, modérer et développer une communauté en ligne autour d'une marque ou d'une entité.

Donnée informatique

Élément structuré ou non, représenté sous forme numérique, utilisé et traité dans un système d'information.

Donnée personnelle

Toute information permettant d'identifier directement ou indirectement une personne physique.

Cyberharcèlement

Violence en ligne qui se manifeste par des messages injurieux, des menaces, des rumeurs, des publications humiliantes ou un harcèlement répété. Il peut toucher tout utilisateur.

Fake News

Informations mensongères diffusées sur Internet, souvent à des fins de manipulation, buzz ou désinformation. Les réseaux sociaux en facilitent la propagation.

Doxxing

Pratique consistant à publier des informations personnelles (adresse, téléphone, etc...) d'un individu sans son consentement, dans un but de nuire.

PRINCIPAUX RÉSEAUX SOCIAUX EN FRANCE

LinkedIn (usage professionnel)



Facebook (usage mixte)



Instagram (usage personnel)



TikTok (usage personnel)



X (anciennement Twitter) (usage mixte)



Reddit (usage mixte)



Youtube (usage mixte)



Snapchat (usage personnel)



WhatsApp (usage mixte)



Liste non exhaustive en date d'août 2025.

En France, les usages personnels dominent clairement Facebook, Instagram, TikTok et YouTube, tandis que LinkedIn demeure le réseau professionnel de référence, accompagné par X et WhatsApp dans des usages mixtes (communication professionnelle informelle, groupes, annonces).

Les Français consultent en moyenne 5,8 plateformes social media chaque mois. Le temps moyen d'utilisation quotidien : 1 h 48 min par jour, soit environ 2 h 23 min selon certaines sources pour tout usage numérique.

NOS ENGAGEMENTS ET PRINCIPES DIRECTEURS

Le 27 juillet 2025, à Sophia Antipolis,

« En tant qu'utilisateur assidu des plateformes sociales, je tiens à partager avec vous une conviction profonde : les réseaux sociaux sont un levier formidable, à condition d'en faire un usage profitable, mesuré et responsable.

Chaque jour, ces outils nous permettent de créer du lien, de diffuser nos expertises, de nourrir notre curiosité, de bâtir des relations durables et aussi, parfois, de simplement sourire. Dans nos métiers comme dans nos vies personnelles, ils sont devenus des compagnons du quotidien.

Mais cette puissance numérique doit s'accompagner de lucidité. Nous savons combien les réseaux sociaux peuvent aussi être le théâtre de dérives : le cyberharcèlement, manipulation, sur connexion, isolement. Ces risques sont réels, ils ont fait trop de victimes silencieuses.

Nous ne pouvons, en tant qu'entreprise humaine et responsable, les ignorer.

Chez Constencia, nous croyons à un équilibre numérique, à la valeur de la déconnexion et au droit de prendre du recul sans culpabiliser.

C'est pourquoi je vous invite, toutes et tous, collaborateurs, partenaires, amis de Constencia, à investir les réseaux sociaux avec discernement, à vous en servir comme d'un outil de croissance personnelle et collective, et à incarner cet usage réfléchi autour de vous.

Car c'est aussi ça, la mission de Constencia : œuvrer pour un numérique qui respecte les individus autant qu'il les connecte. »



Maxence BODIN
Directeur Général
Constencia SAS

LES 9 CLÉS DE SUCCÈS D'UN USAGE RESPONSABLE DES RÉSEAUX

I. Adopter une communication positive permanente

Communiquer sur les réseaux sociaux professionnels est une opportunité unique pour contribuer à son propre rayonnement et celui de son entreprise. En partageant naturellement et avec passion les réussites, le positif et les moments forts de la vie de son entreprise, vous renforcez indéniablement votre personnel branding.

Au contraire, exposer une communication négative, même si elle vous semble justifiée sur le moment, n'entraîne jamais de résultat positif. Les risques sont réels, perte de crédibilité, effet boomerang, appels à la polémique, plainte pour diffamation et non-respect caractérisé du devoir de réserve avec des conséquences qui peuvent être lourdes.

Les clés pour réussir :

- Partagez vos fiertés avec sincérité.
- Valorisez les réussites collectives autant qu'individuelles avec simplicités (par ex. recommandations de compétences de collègues, félicitations diverses, anniversaires professionnels, promotion et obtention de certifications).
- Sélectionnez des contenus pertinents, en lien avec vos compétences et expertises pour enrichir vos échanges.

II. Projeter la construction de son identité numérique

L'identité en ligne est généralement le prolongement naturel de sa posture professionnelle. Elle permet d'inspirer, et créer des opportunités.

En soignant votre image, sur les réseaux sociaux, vous vous offrez de la visibilité positive, vous gagnez en crédibilité et vous contribuez à l'excellence et la reconnaissance de votre entreprise.

Par exemple, LinkedIn recommande de faire au minimum 3 actions par semaine pour construire une identité numérique forte sur sa plateforme. (Exemple : faire un post, commenter, réagir, partager, mettre à jour son profil etc.)

A l'opposé, rester inactif sur les réseaux sociaux professionnels, particulièrement dans l'univers de la tech, n'est pas neutre. A l'ère de la visibilité digitale, ne pas parler, c'est souvent ne pas exister dans les sphères professionnelles. Ne pas interagir, c'est envoyer une perception négative de sa personne (même si injuste et subjective), caractérisée par une absence de curiosité numérique, la peur de l'exposition, un désengagement latent, un manque de modernité et de leadership.

Construire son identité numérique de manière simple, authentique et alignée avec ses valeurs est stratégique. C'est un investissement progressif, mais très rentable à long terme.



Les clés pour réussir :

- Choisissez deux ou trois thématiques qui couvrent vos domaines de compétences.
- Postez les articles que vous avez lu récemment sur ces thématiques pour en faire partager votre réseau.
- Identifiez les leaders d'opinion sur ces thématiques clés et engagez un échange constructif et bienveillant (ex. commentaire à un de leur post pour en savoir plus, demande d'avis complémentaires).
- Ne surcommuniquez pas ! 2 à 3 interactions par semaine suffise largement à construire son identité professionnelle numérique.

III. Confidentialité : restez vigilant !

La discrétion sur les informations confidentielles est une obligation contractuelle. Elle contribue à préserver la propriété et l'intégrité des projets sur lesquels vous intervenez. Une vigilance naturelle vous permet de protéger efficacement votre travail et celui des équipes avec qui vous collaborez.

Les clés pour réussir :

- Partagez toutes informations avec discernement.
- Ne nommez jamais directement ou indirectement un client, le projet d'un client ou de l'entreprise, des détails techniques ou fonctionnels d'un projet, sans autorisation.
- Ne rentrez jamais dans des détails techniques qui révéleraient un secret industriel.
- En cas de doute, abstenez-vous, les réseaux sociaux n'ont pas vocation à tourner à la démonstration.

IV. Sécurité numérique, un must !

Adopter quelques bonnes habitudes en matière de sécurité numérique vous permet d'utiliser les réseaux sociaux sereinement, en protégeant vos données personnelles ainsi que celles de l'entreprise.

Les clés pour réussir :

- Choisissez des mots de passes robustes, complexes et différents selon les plateformes.
- Renouvelez tous les 3 mois vos mots de passes.
- Optez toujours pour l'authentification à deux facteurs (2FA) quand elle est proposée.
- Restez vigilant face aux messages, aux liens suspects et aux interactions avec des personnes que vous ne connaissez pas personnellement.
- Prenez le temps de vérifier régulièrement vos paramètres de confidentialités et notamment l'autorisation ou le refus pour la plateforme d'utiliser pour son compte vos données.
- N'enregistrez pas vos codes de cartes bancaires sur les plateformes et privilégiez les cartes numériques à usage unique.

V. Respectez le cadre légal en toute circonstance

Maîtriser les règles essentielles en matière de communication, de propriété intellectuelle, de droit d'auteur et de droit à l'image est indispensable pour utiliser les réseaux sociaux en toute sérénité. Une utilisation éclairée vous permet de profiter pleinement de ces outils, tout en évitant les conséquences juridiques.

Les principes fondamentaux à respecter :

- Abstenez-vous de toute prise de position politique publique susceptible, même indirectement, d'être associée à l'image ou aux valeurs de l'entreprise.
- Ne participez jamais à des comportements relevant du cyberharcèlement, qu'il s'agisse de commentaires, de campagnes de moquerie ou de messages répétés à l'encontre d'un individu.
- Évitez en toute circonstance tout propos contraire à la politique de l'entreprise en matière d'éthique, d'inclusion et de respect, notamment ceux à connotation raciale, religieuse, sexiste ou discriminatoire.
- Lorsque vous partagez du contenu ou republiez du contenu publié par un autre, citez toujours votre source.

Le respect des règles juridiques, trop souvent oublié, sur les réseaux sociaux n'est pas une option, c'est une condition essentielle pour préserver à la fois votre responsabilité personnelle, l'image de l'entreprise et la sécurité juridique de vos publications.

VI. Gérer un incident

Même avec la meilleure volonté, une erreur peut survenir. Une réaction calme, rapide et transparente transforme une difficulté en opportunité pour renforcer votre crédibilité. L'important étant de ne pas réagir avec émotion et garder son sang-froid.



Détecter

Dès que vous avez pris connaissance de l'incident ou de l'erreur agissez rapidement !



Evaluer l'impact

Mesurez les conséquences pour vous-même, l'entreprise et les parties prenantes concernées.



Corriger sans attendre

Modifiez ou supprimez le contenu, sans chercher à dissimuler, nier ou cacher l'erreur. L'honnêteté prévaut toujours.



Informez

Prenez contact avec votre manager ou le service de communication de l'entreprise pour définir la suite à donner.



Communiquer

Si l'erreur a été visible publiquement, publiez une correction claire et transparente. Restez factuel, professionnel et constructif.



Tirer les leçons

Prenez le temps d'analyser les causes de l'erreur pour éviter que la situation ne se répète.

VII. Appuyez-vous sur l'IA sans perdre le contrôle

L'intelligence artificielle (IA) peut enrichir votre expérience sur les réseaux sociaux, apportant créativité et efficacité supplémentaires. Bien utilisée, elle constitue un formidable outil d'accompagnement.

Les clés pour réussir :

- Challengez l'IA pour personnaliser vos publications et mieux atteindre votre audience.
- Ayez toujours le réflexe de vérifier l'exactitude des contenus générés.
- N'automatisez jamais totalement la publication de post ! Gardez le contrôle.
- Considérez l'IA toujours comme un support complémentaire à votre créativité personnelle.
- Indiquez l'usage de l'IA dans la rédaction de votre poste, cela apporte une transparence bénéfique.
- Veillez toujours à garder une thématique cohérente avec la construction de votre identité numérique.

VIII. N'hésitez pas à solliciter de l'aide

Les réseaux sociaux sont un espace de liberté, où vous avez toute votre place pour incarner et faire rayonner votre personne et aussi l'entreprise.

Avec cette charte, nous vous donnons les bases pour le faire avec confiance, fierté et professionnalisme.

Si vous souhaitez aller plus loin, en apprendre plus, n'hésitez pas à vous rapprocher de votre responsable interne ou envoyer une demande à communication@constencia.fr.

Nous sommes à vos côtés pour vous accompagner.

IX. Rappel bienveillant sur l'usage des réseaux sociaux

Nous croyons aux bénéfices des réseaux sociaux lorsqu'ils sont utilisés de manière positive, raisonnée, libre et équilibrée.

Nous vous rappelons aussi avec bienveillance que le droit à la déconnexion fait pleinement partie de nos valeurs et engagement. Il est important, pour chacun d'entre nous, de savoir poser son téléphone, s'accorder des temps de pause numérique, et surtout passer du temps de qualité avec ses proches.

Nous ne vous encourageons jamais à vous « connecté(e) en permanence ».

Nous valorisons toujours plus l'équilibre de vie que la fréquence de publication !

Devoir d'alerte : Si vous constatez un comportement ou communication en lien avec votre activité professionnelle inappropriée à votre rencontre ou à l'encontre de l'entreprise, faites nous le savoir à [signalement\(a\)constencia.fr](mailto:signalement(a)constencia.fr).

HISTORIQUE DES VERSIONS

La présente charte est un document vivant, appelé à évoluer en fonction :

- Des avancées de Constencia en matière d'organisation, de maturité et de certifications,
- Des retours des collaborateurs, partenaires et parties prenantes,
- De l'évolution des référentiels et réglementations en matière d'usage des réseaux sociaux.

Chaque nouvelle version est datée, numérotée, et archivée, afin d'assurer une traçabilité complète du chemin parcouru.

Historique des versions

Version	Date	Auteurs	Principaux ajouts ou modifications
1.0	Août 2025	Maxence Bodin, L. Delcourte	Création de la charte complète
...	...	...	...

(Ce tableau sera enrichi à chaque nouvelle révision.)





Tech at heart