



FOOTBALL CANADA SOCIAL MEDIA USE POLICY

Definitions

1. The following terms have these meanings in this Policy:

- a) *“Social media”* – The catch-all term that is applied broadly to new computer-mediated communication media such as blogs, YouTube, Instagram, Snapchat, Facebook, and Twitter
- b) *“Football Canada-branded social media”* – Official social media engagement by Football Canada including Football Canada’s Facebook page(s), Twitter feed, photo sharing accounts, YouTube channels, blogs, or other social media engagement; both those that exist currently and those that will be created by Football Canada in the future
- c) *“Representative”* – All individuals employed by, or engaged in activities on behalf of Football Canada.

Purpose

2. Football Canada encourages the use of social media by its Representatives to enhance effective internal communication, build the Football Canada brand, and interact with members. Since there is so much ambiguity in the use of social media, Football Canada has created this policy to set boundaries and standards for Representatives’ social media use.

Application of this Policy

3. This Policy applies to all Representatives.

Representatives’ Responsibilities

4. Football Canada Representatives will not:

- a) Use social media for the purpose of fraud or any other activity that contravenes the laws of Canada, Football Canada’s *Code of Conduct and Ethics*, or any other applicable jurisdiction
- b) Impersonate any other person or misrepresent their identity, role, or position with Football Canada
- c) Display preference or favouritism with regard to clubs, athletes, or other participants
- d) Upload, post, email, or otherwise transmit:

- i. Any content that is offensive, obscene, unlawful, threatening, abusive, harassing, defamatory, hateful, invasive or another person's privacy, or otherwise objectionable
 - ii. Any material which is designed to cause annoyance, inconvenience, or needless anxiety to others
 - iii. Any material that infringes on the patent, trademark, trade secrets, copyright, or other proprietary right of any other party
 - iv. Any material that is considered Football Canada's confidential information or intellectual property, as per Football Canada's *Confidentiality Policy*
5. Representatives shall refrain from discussing matters related to Football Canada or its operations on Representatives' personal social media. Instead, matters related to Football Canada or its operations should be handled through more official communication channels (like email) or through Football Canada-branded social media.
6. Representatives must engage with social media only in the context(s) described in their employment agreement, volunteer position, or position with Football Canada.
7. Representatives shall use their best judgment to respond to controversial or negative content posted by other people on Football Canada-branded social media. In some cases, deletion of the material may be the most prudent action. In other cases, responding publicly may be preferred. If a Representative questions the correct action to take, the Representative shall consult with another Representative who has more decision-making authority at Football Canada.
8. Representatives shall use a clear and appropriate writing style.

Football Canada's Responsibilities

9. Football Canada will:
 - a) Ensure that Representatives only use social media in a positive manner when connecting with others
 - b) Properly vet and understand each social medium before directing Representatives to engage with, or create, Football Canada-branded social media
 - c) Host expert training sessions on the topic of social media; in the event that the social media engagement directed by Football Canada is unclear or not fully understood
 - d) Ensure that Representatives balance personal and professional information posted via social media and inform Representatives that a balance is necessary and positive
 - e) Monitor Representatives' use of social media

Enforcement

10. Failure to adhere to this Policy may permit discipline in accordance with Football Canada's *Discipline and Complaints Policy*, legal recourse, or termination of employment/volunteer position.



POLITIQUE DE FOOTBALL CANADA CONCERNANT L'UTILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX

Définitions

1. Les termes suivants sont définis comme suit dans la présente politique:
 - a) « Réseaux sociaux » – Un terme passe-partout qui s'applique de manière générale aux nouveaux médias de communication médiatisés par ordinateur tels que les blogues, YouTube, Instagram, Snapchat, Facebook et Twitter.
 - b) « Médias sociaux de la marque Football Canada » – La participation officielle de Football Canada aux réseaux sociaux, y compris la ou les pages Facebook de Football Canada, le compte Twitter, les comptes de partage de photos, les chaînes YouTube, les blogues ou toute autre participation aux réseaux sociaux; tant ceux qui existent actuellement que ceux qui seront créés par Football Canada à l'avenir.
 - c) « Représentant » – Toutes les personnes employées par Football Canada ou impliquées dans des activités au nom de Football Canada.

Objectif

2. Football Canada encourage l'utilisation des réseaux sociaux par ses Représentants pour améliorer l'efficacité de la communication interne, bâtir la marque Football Canada et interagir avec les membres. Étant donné qu'il y a beaucoup d'ambiguïté dans l'utilisation des réseaux sociaux, Football Canada a créé cette politique pour établir des balises et des normes pour l'utilisation des réseaux sociaux par les Représentants.

Application de cette politique

3. La présente politique s'applique à tous les Représentants.

Responsabilités des Représentants

4. Les Représentants de Football Canada ne doivent pas:
 - a) utiliser les réseaux sociaux pour commettre une fraude ou toute autre activité qui contrevient aux lois du Canada, au Code de conduite et d'éthique de Football Canada ni à toute autre juridiction applicable.
 - b) usurper l'identité d'une autre personne ou présenter faussement son identité, son rôle ou sa position au sein de Football Canada.
 - c) afficher une préférence ou un favoritisme à l'égard de clubs, d'athlètes ou d'autres participants.
 - d) téléverser, afficher, envoyer par courriel, ni transmettre de toute autre manière:

- i. tout contenu offensant, obscène, illégal, menaçant, abusif, harcelant, diffamatoire, haineux, portant atteinte à la vie privée d'une autre personne, ou autrement répréhensible.
- ii. tout contenu destiné à déranger, gêner ou angoisser inutilement les autres.
- iii. tout contenu qui enfreint le brevet, la marque déposée, les secrets commerciaux, le droit d'auteur ou tout autre droit de propriété d'une autre partie.
- iv. tout contenu qui est considéré comme une information confidentielle ou une propriété intellectuelle de Football Canada, conformément à la Politique de confidentialité de Football Canada.

5. Les Représentants doivent s'abstenir de discuter de questions liées à Football Canada ou à ses opérations sur leurs comptes de réseaux sociaux personnels. Les questions liées à Football Canada ou à ses opérations doivent plutôt être traitées par des voies de communication plus officielles (comme le courriel) ou par les réseaux sociaux de Football Canada.

6. Les Représentants doivent utiliser les réseaux sociaux uniquement dans le(s) contexte(s) décrit(s) dans leur contrat de travail, leur poste de bénévole ou leur poste au sein de Football Canada.

7. Les Représentants doivent utiliser leur bon jugement pour répondre au contenu controversé ou négatif affiché par d'autres personnes sur les réseaux sociaux de la marque Football Canada. Dans certains cas, la suppression du contenu peut être l'action la plus prudente. Dans d'autres cas, il peut être préférable de répondre publiquement. Si un Représentant s'interroge sur la bonne action à prendre, il doit consulter un autre Représentant qui a plus de pouvoir décisionnel à Football Canada.

8. Les Représentants doivent utiliser un style d'écriture clair et approprié.

La responsabilité de Football Canada

9. Football Canada s'engage à:

- a) s'assurer que les Représentants utilisent les réseaux sociaux uniquement de manière positive quand ils communiquent avec d'autres personnes.
- b) vérifier et comprendre correctement chaque plateforme avant de demander aux Représentants d'utiliser ou de créer des comptes sur des réseaux sociaux pour la marque Football Canada.
- c) organiser des séances de formation avec des experts dans le domaine des réseaux sociaux, advenant que la participation sur les réseaux sociaux demandée par Football Canada ne soit pas claire ou ne soit pas entièrement comprise.
- d) s'assurer que les Représentants trouvent un juste milieu entre les informations personnelles et professionnelles affichées sur les réseaux sociaux et informer les Représentants qu'un juste milieu est nécessaire et positif.
- e) surveiller l'utilisation des réseaux sociaux des Représentants.

Mise en application

10. Le non-respect de la présente politique peut entraîner des mesures disciplinaires conformément à la Politique relative aux plaintes et à la discipline de Football Canada, un recours juridique ou la cessation de l'emploi ou du poste de bénévole.

