

Toutes les associations se servent des nouveaux outils numériques liés à la communication (réseaux sociaux, newsletters) pour permettre une meilleure diffusion des informations en interne (adhérent·es, pratiquant·es, parents, etc.) et en externe (commune, partenaires, futur adhérent·es...), mais un cadre légal existe... # Par Anouk Chutet

Quels usages des RÉSEAUX SOCIAUX & NEWSLETTERS ?

À (re)lire aussi le reportage «La vie associative à l'épreuve des réseaux sociaux» et l'encadré «Ouvrir un compte & précautions juridiques» ainsi que nos 3 questions «Réseaux sociaux, un mal sans bien ?», dans Sport et plein air, décembre 2017.

La rubrique Juridique est également publiée et archivée en ligne - en libre téléchargement - sur www.fsgt.org > Revue et publications > Sport et plein air > [Juridique](#).

RS & MINEUR·ES

Si l'association souhaite communiquer via les réseaux sociaux, cela ne pourra pas se faire avec les mineur·es de moins de 13 ans, car les réseaux sociaux leurs sont interdits. Pour les mineur·es de 13-14 ans, le consentement des représentant·es légaux et du mineur·e sont requis. À partir de 15 ans, les mineur·es peuvent consentir seuls à l'utilisation des réseaux sociaux (article 8 du Règlement européen sur la protection des données (RGPD) 2016/679 du 27 avril 2016 entré en application le 25 mai 2018).

Facebook, twitter... pour les plus connus, un réseau social (*) est un outil internet, qui se présente généralement sous la forme d'une application sur téléphone ou tablette mais qui peut avoir une version sur ordinateur. Il permet de créer une page personnelle ou représentant une personne morale (une association par exemple) afin de partager, d'échanger et de communiquer des informations, des événements via des textes, photos et vidéos avec un réseau de connaissances qui suit ou non la page. Sur ces réseaux (RS), il est possible et vivement recommandé de protéger le contenu des pages représentant l'association. C'est aux dirigeant·es de l'association de définir la politique concernant la communication via les RS, en nommant seulement les personnes de confiance comme pouvant publier sur leurs réseaux.

Les associations, pour cadrer ce qui est publié sur leurs réseaux sociaux, ont plusieurs possibilités : restreindre les personnes qui peuvent publier sur leurs pages ou mettre un modérateur avant ou après la publication d'un message public, restreindre le nombre «d'administrateurs» pouvant gérer la page ou encore mettre en place une charte de bonnes conduites à destination des personnes pouvant publier sur la page. Cette charte n'a pas de valeur légale, mais elle permet à chacun de connaître le cadre proposé par l'association pour la publication des contenus. Par exemple, il peut être rappelé que le langage doit être soigné, sans injure ni règlement de compte, que les informations privées ne doivent pas être communiquées (mail, téléphone, adresse, famille, etc.) sans son accord ainsi que l'usage de l'humour et du second degré doivent être maîtrisés. Tous les commentaires, notamment en réaction à une publication, et contenus illicites (propos racistes, appel à la haine ou à s'en prendre à une personne) ainsi que les déclarations xénophobes, homophobes et plus largement discriminatoires sont à proscrire. S'il existe le sentiment d'être la cible de campagne de harcèlement ou de propagande de la part de groupes malveillants ou haineux, la solution est de fermer les commentaires.

Les risques de publications non contrôlées sont doubles

Premièrement, une publication non contrôlée peut nuire en cas de perte de contrôle du message et des commentaires en entraînant un effet délétaire sur l'image de l'association. Deuxièmement, en cas de publication via un réseau social de l'association qui nuit à l'image d'autrui, si un dommage est déterminé, qu'une faute a été commise par l'association et qu'un lien de causalité existe entre la publication et le délit en cause, la responsabilité de l'association pourra être engagée devant la justice et des dommages et intérêts potentiellement versés à la victime.

Sur les RS, un autre écueil existe, celui des publications de photos ou de vidéos représentant des personnes, le droit à l'image est protégé en France et demande accord. En effet, il convient de vérifier que l'association a le droit de reproduire les photos ou vidéos qui vont être publiées. Pour certaines, l'association doit au préalable disposer d'une autorisation écrite et signée par la personne représentée ou ses représentants légaux. Cette autorisation préalable peut être intégrée dans le formulaire d'inscription en début d'année [lire «Associations sportives et droit à l'image», Sport et plein air, novembre 2014 - et notamment de l'exception concernant les manifestations sportives]. Au-delà de cette autorisation, l'association doit veiller à ce que cette image, même si l'accord préalable a été donné, ne soit pas dégradante ou ne porte pas atteinte à la dignité de la personne.

Newsletters, des risques différents

Concernant les newsletters, qui sont des lettres d'informations envoyées régulièrement, les risques sont un peu différents. En effet, il n'y aura pas de commentaires publics qui pourront nuire à l'image de l'association, en revanche, depuis le 25 mai 2018 et la mise en place du RGPD, la responsabilité des associations est renforcée vis-à-vis de la protection des données de leurs adhérent·es. Les points de vigilances que les associations doivent connaître sont les suivants : l'autorisation des personnes à pouvoir utiliser leur adresse mail doit être obtenue préalablement à l'envoi d'une newsletter (par exemple demandée dans la fiche d'inscription en début d'année) et un lien de désinscription doit obligatoirement être présent dans la newsletter [lire «Protection des données personnelles», Sport et plein air, juin-juillet 2018].

Comme sur les réseaux sociaux, les injures, diffamations, dénigrement sont également à proscrire car ils pourront, potentiellement, engendrer des dommages et intérêts devant la justice. Il en va de même concernant les règles liées au droit à l'image des personnes avec l'utilisation de photos et vidéos.

Pour se protéger, il est donc fortement conseillé de bien communiquer aux personnes détentrices des codes et accès aux réseaux sociaux et newsletters, notamment pour éviter toute communication qui peut nuire à l'association mais aussi pour se prémunir des piratages ou d'usurpations d'identité.

Avec toutes ces précautions en tête et une bonne veille des outils de communication que l'association décide d'utiliser, place à la créativité pour attirer au mieux les regards sur ses actions ! #

(*) L'expression «réseaux sociaux» renvoie aux entreprises de réseautage social sur internet et à leurs utilisateurs. Les applications désignées comme «service de réseautage social en ligne» servent à constituer un réseau social virtuel en reliant, non pas des personnes, mais des identités virtuelles. [Wikipédia]