

# La diffusion de l'information juridique à l'ère des réseaux sociaux

Congrès du Barreau 2012



**Luc Boulanger-Milot, Coordonnateur communications et ventes  
Société québécoise d'information juridique (SOQUIJ)**

**8 juin 2012**

[soquij.qc.ca](http://soquij.qc.ca)

# Plan de présentation

- **Projet « réseaux sociaux »**
- **Mise en place d'une stratégie**
- **Encadrement de la présence**
- **Gestion des risques**
- **Démonstration (facultatif)**
- **Conclusion**



**Notre organisation  
doit-elle être  
présente dans les  
réseaux sociaux ?**



SOQUIJ

[soquij.qc.ca](http://soquij.qc.ca)

# Comité Web 2.0

## MANDAT :

- Effectuer une veille quant au milieu de l'édition juridique et sur les sujets d'intérêt pour SOQUIJ;
- Identifier le partage des responsabilités, les normes de rédaction et les canaux à utiliser ;
- Proposer des normes internes pour régir l'utilisation des réseaux sociaux par les employés ;
- Un plan de communication pour diffuser à l'interne nos actions Web 2.0.



SOQUIJ

# Comité Web 2

Chargé de projet

## MANDAT :

- Effectuer une analyse de l'état des lieux quant au milieu de l'équipe et sur les besoins et intérêts pour SOQUIJ;
- Identifier le partage des responsabilités, les normes de rédaction et les canaux à utiliser ;
- Proposer des protocoles internes pour régir les réseaux sociaux utilisés par les employés ;
- Un plan de communication pour diffuser à l'interne nos actions Web 2.0.

Responsable marketing

Conseillère en communications web

Conseillère en communications

Conseiller juridique (contributeur)

Analyste informatique



SOQUIJ

soquij.qc.ca

# Comité Web 2.0 (suite)

## Recommandations :

- **Utiliser uniquement quelques réseaux déjà adoptés par notre clientèle**
- Limiter nos interventions initiales à quelques secteurs de l'entreprise
- Garder, autant que possible, les conversations publiques
- **Confier la génération du contenu à quelques personnes-clés**
- Suivi des conversations
- Favoriser la participation des employés sur LinkedIn
- **Mise à jour de la politique interne sur l'utilisation d'Internet pour tenir compte des réseaux sociaux**
- Participation au discours public
- Mise en marché de notre présence sur les réseaux sociaux
- Plan de communication à l'interne
- **Appui d'une agence de communication**



**Quelle est la  
meilleure façon  
d'être présente ?**



SOQUIJ

[soquij.qc.ca](http://soquij.qc.ca)

# Mandat de stratégie Internet

Le mandat consiste à proposer un plan de déploiement d'activités sur les réseaux sociaux.

Ce plan doit présenter une analyse des **opportunités** réelles qui s'offrent à SOQUIJ pour exploiter efficacement le Web 2.0, tant dans les réseaux sociaux existants qu'à travers ses propres outils, ainsi que des **risques** associés à ceux-ci.

L'analyse devrait être faite à la lumière des réalisations faites par d'autres **autorités publiques** ou de la spécificité du milieu, **communauté juridique**, dans lequel SOQUIJ évolue.

Un **plan d'action** devrait être proposé incluant un plan de **gestion des risques**.



SOQUIJ

[soquij.qc.ca](http://soquij.qc.ca)

# Mission et objectifs

***Être complice des succès de nos clients et à l'écoute des besoins de la communauté juridique, académique et citoyenne dans les réseaux sociaux, et ce, à chacune des étapes menant à la réussite de leur objectif respectif.***

- ➔ Objectifs d'affaires
- ➔ Objectifs communicationnels
- ➔ Objectifs de R&D
- ➔ Objectifs de notoriété
- ➔ Objectifs de performance



SOQUIJ

# Profil des visiteurs – L'étudiant



Profil

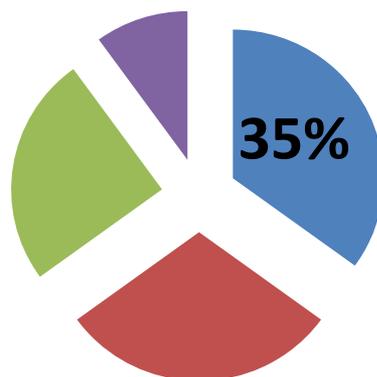
Causes motivant la visite dans les réseaux sociaux consultés

Tâches à accomplir

Principaux sites de réseaux sociaux

Produits SOQUIJ

Efforts



■ Étudiant



# Profil des visiteurs – Le chercheur



Profil

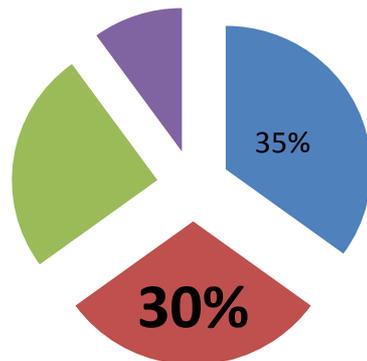
Causes motivant la visite dans les réseaux sociaux consultés

Tâches à accomplir

Principaux sites de réseaux sociaux

Produits SOQUIJ

Efforts



■ Étudiant

■ Rechercheur



# Profil des visiteurs – Le juriste



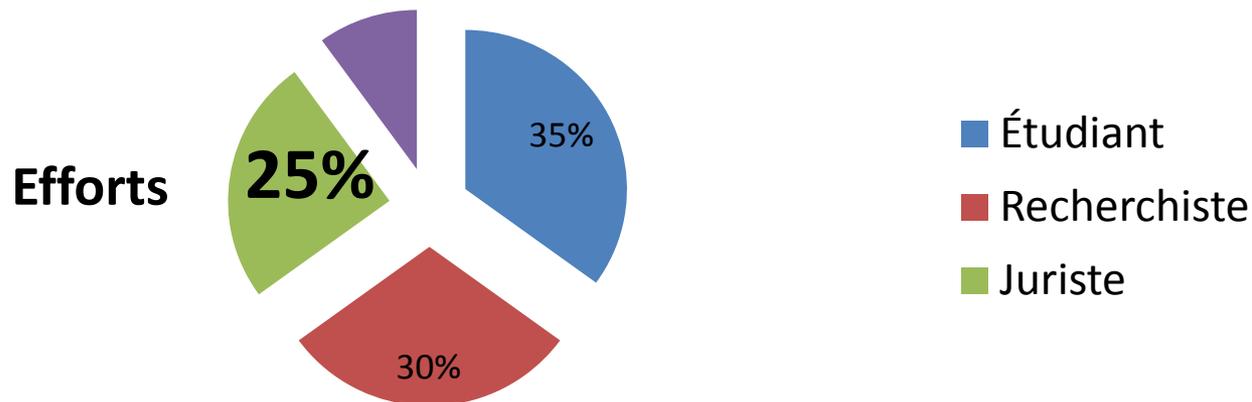
Profil

Causes motivant la visite dans les réseaux sociaux consultés

Tâches à accomplir

Principaux sites de réseaux sociaux

Produits SOQUIJ



# Profil des visiteurs – Le citoyen



Profil

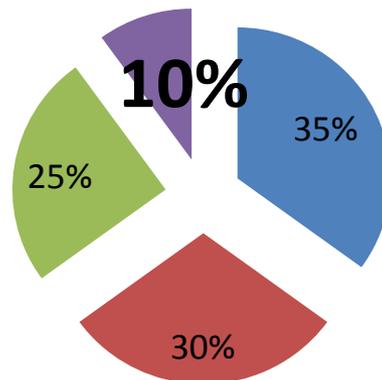
Causes motivant la visite dans les réseaux sociaux consultés

Tâches à accomplir

Principaux sites de réseaux sociaux

Produits SOQUIJ

Efforts



- Étudiant
- Rechercheur
- Juriste
- Citoyen



# Blogue de SOQUIJ



Linked **in**®

facebook

twitter 

You **Tube**



# Blogue

Site Web personnel tenu par un ou plusieurs blogueurs qui **s'expriment librement** et selon une certaine périodicité, sous la forme de billets ou d'articles, informatifs ou intimistes, datés, à la manière d'un journal de bord, signés et classés par ordre antéchronologique, parfois enrichis d'hyperliens, d'images ou de sons, **et pouvant faire l'objet de commentaires laissés par les lecteurs**.

Exemples pour des organisations :

- Blogue de la SAQ (<http://blogue.saq.com/>)
- Blogue du DG du Barreau du Québec (<http://bloguedg.barreau.qc.ca/>)

Exemple de contenu juridique :

- Blogue du CRL (<http://www.blogueducrl.com/>)
- SLAW (<http://slaw.ca/>)



Source : *Grand dictionnaire terminologique*, OQLF



soquij.qc.ca

# Facebook



**Facebook** est un [réseau social](#) sur [Internet](#) permettant à toute personne possédant un compte de créer son profil et d'y publier des informations, dont elle peut contrôler la visibilité par les autres personnes, possédant ou non un compte. L'usage de ce réseau s'étend du simple partage d'informations d'ordre privé (par le biais de photographies, liens, textes, etc) à la constitution de pages et de groupes **visant à faire connaître des institutions, des entreprises** ou des causes variées.

# Twitter



**Twitter** est un outil de [réseau social](#) et de [microblogage](#) qui permet à l'utilisateur d'envoyer gratuitement des messages brefs, appelés *tweets* (« gazouillis »), par Internet, par [messagerie instantanée](#) ou par [SMS](#). Ces messages ne doivent pas contenir plus de 140 caractères.

# LinkedIn



**LinkedIn** est un service en ligne qui permet de construire et d'agréger son **réseau professionnel**. Il se définit comme un réseau de connaissances qui facilite le dialogue entre professionnels. Pour ses membres, c'est aussi un outil de gestion de réputation en ligne et d'image de marque.



**De quelle façon  
doit-on encadrer  
notre présence ?**



# Politique éditoriale

## Utilisation « professionnelle » des réseaux sociaux :

- Encadre les utilisateurs qui représentent l'organisation.
- Encadre la production et la diffusion des contenus.



# Blogue de SOQUIJ

## CRÉATION DE NOUVEAUX CONTENUS EXCLUSIFS

Contenu	Contributeur
Truc de recherche et de technologie	Équipe de la formation (3 agents)
Commentaire de jurisprudence	Équipe de la rédaction (12 conseillers juridiques)
Communiqué (plan de communication)	Équipe communications et ventes (4 conseillères)
Billet SOQUIJ	Équipe de direction, conseillère d'affaires juridiques et gestionnaire des réseaux sociaux





## Geneviève Gélinas

### Détails de l'auteur

**Nom :** Geneviève Gélinas

**Date d'enregistrement :** 04/08/2011

### Biographie

Me Geneviève Gélinas est webmestre à SOQUIJ, où elle fut d'abord rédactrice. À compter de 1997, elle a été chargée de différents projets Web et, depuis 2002, assouvit à temps plein sa passion pour Internet à titre de webmestre. Elle administre le blogue de SOQUIJ ainsi que ses comptes Facebook, Twitter et LinkedIn. Membre du comité organisateur de la conférence [Legal IT](#), elle aussi chef d'[Équipe SOQUIJ Vélotour SP RONA](#). On peut la suivre à [twitter.com/gelgen](#).

### Derniers articles

1. [Signification des procédures par Facebook: le Québec n'a rien à envier au Royaume-Uni](#) — 23/02/2012
2. [Mais où est mon AZIMUT Express?](#) — 23/01/2012
3. [Les avocats et les services de courriel gratuits](#) — 16/11/2011

### Articles les plus commentés

1. [Signification des procédures par Facebook: le Québec n'a rien à envier au Royaume-Uni](#) — 1 commentaire

Distinct de l'image des employés : Lorsqu'un employé de SOQUIJ participe à une activité publique dans le cadre de ses fonctions, **cet employé devra donner son accord** avant que son image puisse être utilisée sur les réseaux sociaux.



# Blogue - contenu

## Contenu des communications

Le style de rédaction des billets du Blogue SOQUIJ doit tendre, tout en étant professionnel, à être conforme au **style de rédaction propre aux réseaux sociaux**. Ainsi, il faut viser à :

- Rédiger les billets à la première personne plutôt qu'à la troisième;
- Ne pas utiliser un ton promotionnel;
- Insérer des liens vers les documents cités, notamment les décisions de jurisprudence disponibles dans la section « Services aux citoyens », à même le texte;



# Blogue – restrictions

De plus, le contenu de toute communication sur les réseaux sociaux **ne doit jamais** :

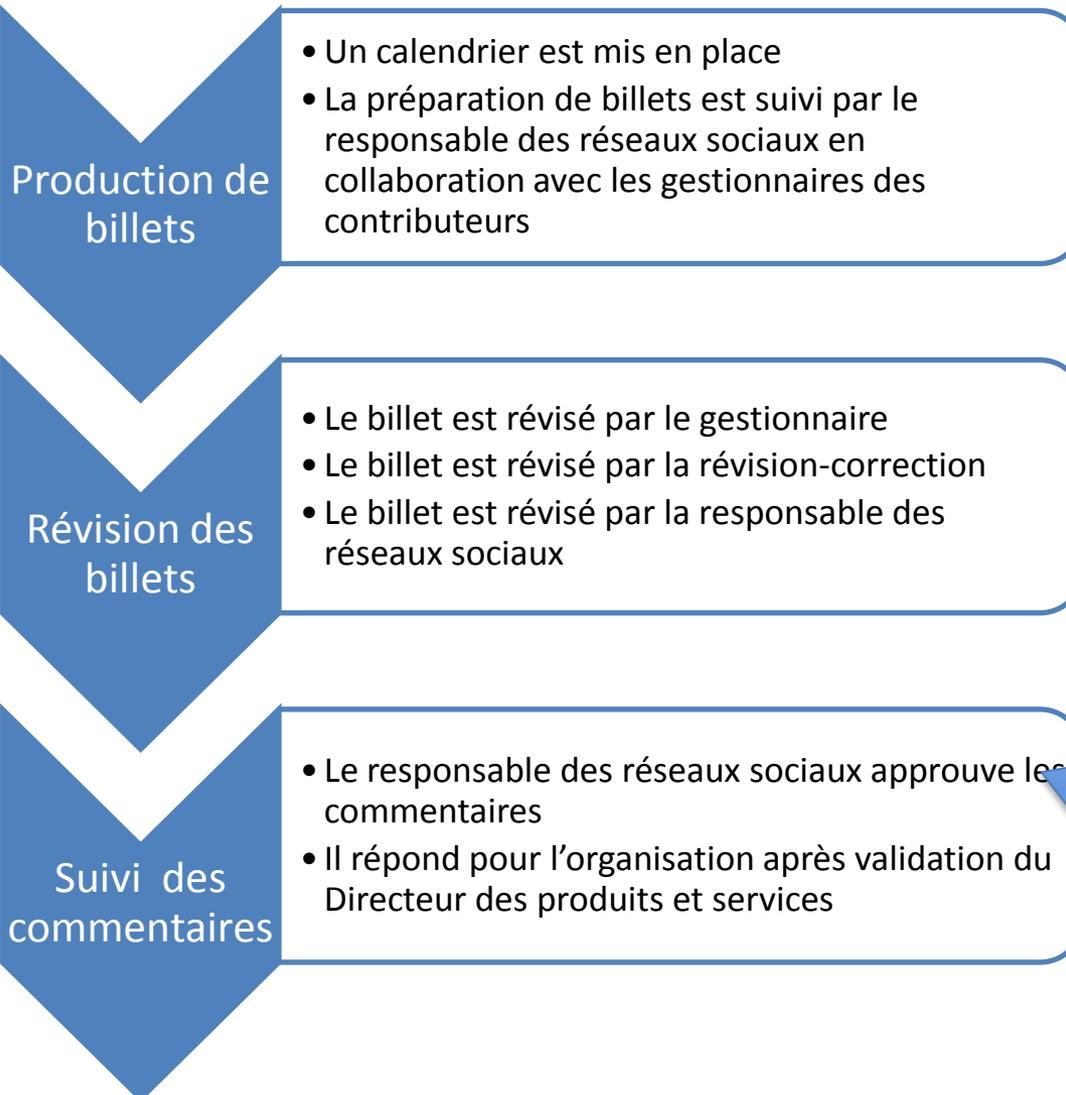
- Critiquer ou se moquer d'une **décision judiciaire spécifique**;
- Inclure des informations qui n'ont pas été vérifiées;
- Inclure des propos diffamatoires ou discriminatoires;
- Mentionner une entreprise spécifique ou leur produit, particulièrement les autres éditeurs juridiques, sauf dans le cadre d'une entente avec SOQUIJ ou d'un commentaire de jurisprudence;
- Traiter de la relation de SOQUIJ avec un client spécifique, un groupe identifiable de clients, un partenaire ou un fournisseur, sans leur autorisation préalable.



SOQUIJ

soquij.qc.ca

# Contrôle et suivi



Les commentaires doivent être rédigés en conformité avec la « netiquette » diffusée sur le blogue.

# Réaction face aux messages

Il est de la responsabilité de l'auteur d'un billet sur le Blogue SOQUIJ de vérifier les commentaires rédigés à la suite de son billet. S'il le juge à propos, celui-ci peut réagir à même un commentaire spécifique, en ajoutant un nouveau commentaire sous le même billet ou en publiant un second billet.

Lorsqu'un employé de SOQUIJ reçoit un message concernant la gestion des réseaux sociaux, il est souhaitable et **que celui-ci réponde à son poste, il peut y répondre** si le message est négatif ou porte à la controverse. Le gestionnaire des réseaux sociaux est clairement responsable de répondre et en faire part au gestionnaire des réseaux sociaux. Celui-ci détermine ensuite la réponse à donner à ce message s'il y a lieu.

Dans les faits c'est le gestionnaire des réseaux sociaux qui fait cette veille.



# Quels sont les risques ?



SOQUIJ

[soquij.qc.ca](http://soquij.qc.ca)

# Étude de cas : Le Petit bateau

The screenshot shows the Facebook page for 'Petit Bateau'. The page header includes the logo and navigation links like 'Wall', 'Info', 'Newsletter', 'Photos', 'Video', and 'Talking Shir'. The main content area features a post from 'Petit Bateau' dated Friday at 6:13pm. The post text reads: 'Vous avez encore envie de vous exprimer, on vous invite à continuer ici :http://www.facebook.com/Petitbateau?sk=app\_198748886838545 ! Nous avons ouvert cet espace dédié pour les débats. Nous resterons à l'écoute des échanges. Merci à tous ceux qui nous ont soutenus! Et d'ici quelques minutes, la nouvelle actu Petit Bateau à découvrir !'. Below the post, it shows 'Anne Delauney and 40 others like this.' and a link to 'View all 63 comments'. A second post from 'Petit Bateau' dated June 14 at 8:25pm is also visible, with the text: 'Nous constatons que certains clients ou certaines clientes réagissent suite à la diffusion d'une photographie représentant deux bodys Petit Bateau. Sachez que notre intention n'a jamais été de véhiculer un message sexiste. Ces produits, commercialisés en grande distribution, ne seront pas retirés du marché car nous n'y voyons aucune intention de nuire ou de projeter une image fausse de la femme.' This post has '225 people like this.' and a link to 'View all 163 comments'. A comment from 'Francois Ravier' is visible, dated 17 minutes ago, with the text: 'Belle erreur de gestion de crise, de community management. à quoi ça sert d'avoir une page Facebook si les clientes ne peuvent rien écrire dedans ?'. The comment also shows 'Francois Ravier likes this.' and a link to a blog post: 'http://www.scribel.fr/2011/06/15/avis...'. The page also features a sidebar with 'About' information, including 'Pour Tous. Pour' and '58,438 people like this'. At the bottom of the page, there is a navigation menu with options like 'Create a Page', 'Add to My Page's Favorites', 'Subscribe via RSS', 'Report Page', and 'Share'.

**Ne pas réagir était la solution optimale**



# Étude de cas : Banque Nationale

“ Si tu fais une erreur de dépôt au guichet BN et que tu appelles TELNAT: aucun no dans l'arborescence pour parler à quelqu'un !!! (1/2)

**guyalepage**



March 16, 2011 at 10:23

“ Il faut attendre le message et peser sur CARTE VOLÉE (!) pour rejoindre quelqu'un. Attendre 32 minutes sans pouvoir régler !! #FAIL

**guyalepage**



March 16, 2011 at 10:25

“ Ostie de Colice de service de MARDE ! #TELNAT

**guyalepage**



March 16, 2011 at 10:26

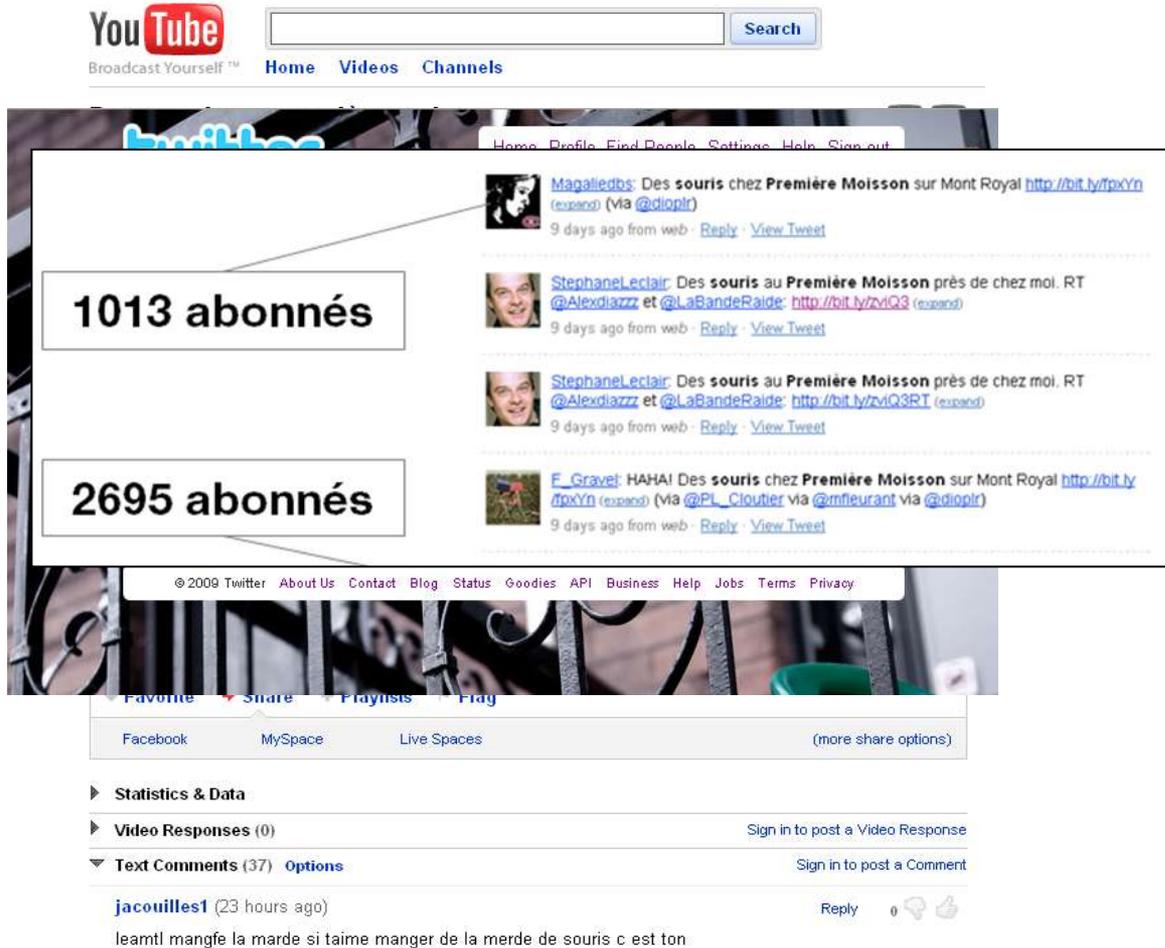
“ @guyalepage Bienvenue dans la bureaucratie à son meilleur. J'y ai goûté aussi. Je compatis.

**Bourassal uc**



**Ne pas réagir peut faire mal à une marque**

# Étude de cas : Première moisson



The screenshot shows a YouTube video player with a Twitter overlay. The overlay displays four tweets from users mentioning 'Première Moisson' and 'souris' (mice). Below the tweets, a comment from user 'jacouilles1' is visible, which is highly insulting.

**1013 abonnés**

**2695 abonnés**

Magaliedbs: Des souris chez Première Moisson sur Mont Royal <http://bit.ly/fpxYn> (expand) (via @dioplr) 9 days ago from web · Reply · View Tweet

StephaneLeclair: Des souris au Première Moisson près de chez moi. RT @Alexdiarzz et @LaBandeRaide: <http://bit.ly/zviQ3> (expand) 9 days ago from web · Reply · View Tweet

StephaneLeclair: Des souris au Première Moisson près de chez moi. RT @Alexdiarzz et @LaBandeRaide: <http://bit.ly/zviQ3RT> (expand) 9 days ago from web · Reply · View Tweet

F\_Grave1: HAHAI Des souris chez Première Moisson sur Mont Royal <http://bit.ly/fpxYn> (expand) (via @PL\_Cloutier via @mfleurant via @dioplr) 9 days ago from web · Reply · View Tweet

© 2009 Twitter About Us Contact Blog Status Goodies API Business Help Jobs Terms Privacy

Facebook MySpace Live Spaces (more share options)

▶ **Statistics & Data**

▶ **Video Responses (0)** Sign in to post a Video Response

▼ **Text Comments (37) Options** Sign in to post a Comment

**jacouilles1** (23 hours ago) Reply 0

leamtl mange la merde si taime manger de la merde de souris c est ton

**Mal réagir peut porter atteinte à votre réputation**

ouvrir un compte YouTube SEULEMENT pour commenter (en bien ou en mal) sur cette vidéo...!?!?!? Tellement pas subtile les amis!

# Étude de cas : Domino's Pizza

Disgusting Dominos People - Domino's Responds

Bibo212



S'abonner

8 vidéos



**Agir de façon crédible sur les réseaux sociaux**

# Les 4 étapes de la gestion de crise dans les média sociaux

- Identifier les acteurs
- Identifier les alliés et ennemis
- Exécuter la réplique
- Créer les messages



# Les 10 bonnes pratiques

1. Établir en interne un plan de gestion de crise sur les médias sociaux.
2. Désigner les ressources nécessaires dans une équipe de gestion de crise.
3. Faire une veille continue des sujets qui touchent la marque.
4. Maîtriser l'utilisation et le but des différents réseaux sociaux.
5. Connaître l'univers social de la marque: blogues de journalistes, leaders d'opinion, communautés...
6. Créer des liens, même quand tout va bien: converser de manière régulière avec ses alliés sur les réseaux sociaux.
7. Avoir un (ou plusieurs) porte-paroles de la marque sur les réseaux sociaux: il est toujours plus apprécié de s'adresser à un humain qu'à une entreprise.
8. Avoir un ton approprié: ni trop commercial, ni trop familier.
9. En cas de crise: être franc et admettre ses erreurs en cas de crise
10. Accepter de ne pas tout contrôler!



# Notre présence ?



SOQUIJ

[soquij.qc.ca](http://soquij.qc.ca)

# Concrètement...

## Comptes SOQUIJ

- Twitter (<http://twitter.com/SOQUIJ>)
- Facebook (<http://www.facebook.com/SOQUIJ>)
- LinkedIn (<http://www.linkedin.com/company/soquij>)
- YouTube (<http://www.youtube.com/SOQUIJ>)

## Activités

- Jeunes juristes (septembre 2011)
  - Facebook
  - YouTube
  - Microsite
- Alter Ego – Code de procédure civile du Québec (mai 2012)
  - Blogue
  - Facebook/Twitter
  - LinkedIn (SOQUIJ, Barreau)



**Que doit-on  
conclure à ce  
jour ?**



SOQUIJ

[soquij.qc.ca](http://soquij.qc.ca)

# Quelques « amis »

## Média sociaux

- blogue SOQUIJ (blogue.soquij.qc.ca) – plus de 8 000 visites

### Vue d'ensemble

#### ● Visites

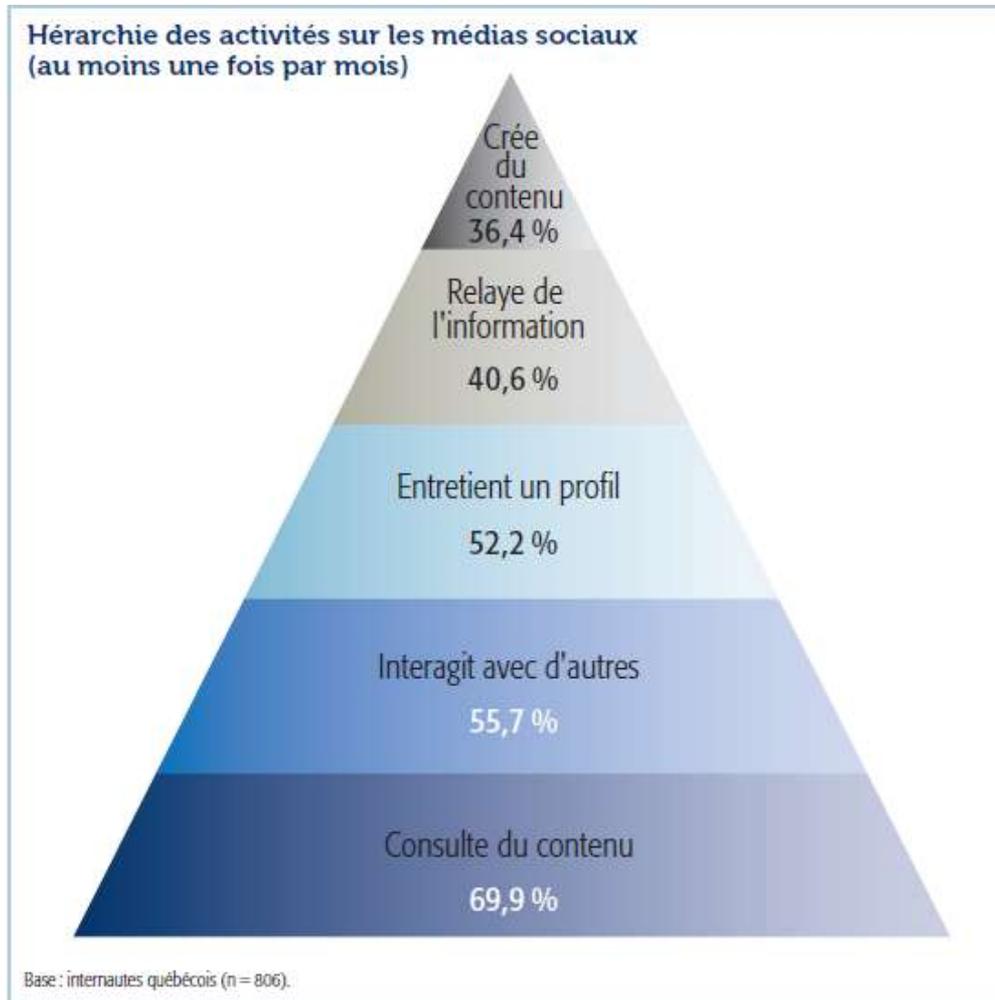


- LinkedIn  
(<http://www.linkedin.com/company/soquij>) :  
90 abonnés



soquij.qc.ca

## Les activités des internautes québécois sur les médias sociaux



Source : CEFRIO, Fascicule 1 : L'engouement pour les médias sociaux au Québec



SOQUIJ

soquij.qc.ca

# Quel est le futur de notre présence sur les réseaux sociaux?



SOQUIJ

[soquij.qc.ca](http://soquij.qc.ca)

# Présence multimédia

**You Tube**   [Browse](#) [Movies](#) [Upload](#) Luc Boulanger-Milot **1**

**L'Alter Ego -- Code de procédure civile du Québec en ligne**

SOQUIJ  [Subscribe](#) [5 videos](#) ▾

**Alter Ego**  
Code de procédure civile  
du Québec en ligne

0:09 / 3:56

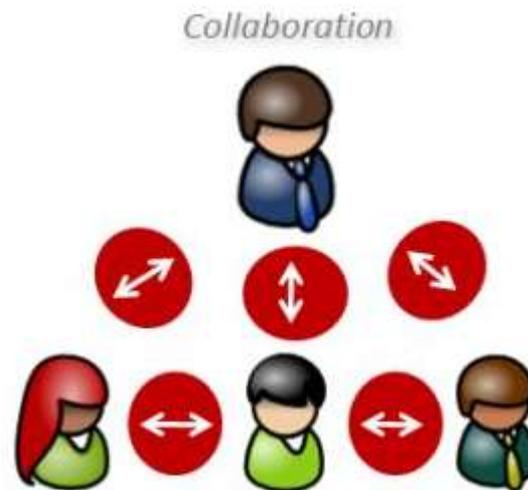
- Équipe SOQUIJ en images**  
by SOQUIJ  
202 views  
2:40
- Le premier jour**  
by SOQUIJ  
308 views  
1:18
- Nouveau site de SOQUIJ**  
by SOQUIJ  
71 views  
0:37
- Ça se passera le 19 octobre...**  
by SOQUIJ  
40 views  
0:21
- Tame Impala - Alter Ego**  
by seivohc  
625,770 views  
4:48



# SOQUIJ SOQUIJ 2.0

## Développer de nouveaux outils à haute valeur distinctive

- Mettre en place des zones collaboratives entre utilisateurs d'un même compte client pour permettre le partage de résultat de recherches, de documents et de sauvegardes.
- Permettre des fonctionnalités propres au Web 2.0 : commenter un document, évaluer sa pertinence dans le cadre du dossier, etc.
- Faciliter le partage d'information entre les utilisateurs : transfert de recherche, de résultat, de documents...



**MERCI !**



N'oubliez pas  
de devenir l'ami  
Facebook de  
SOQUIJ !

