



^b
**UNIVERSITÄT
BERN**

Direction de l'Université

Instructions relatives à la communication et l'expression d'opinions

La Direction de l'Université,

en vertu de l'art. 3 al. 3, l'art. 8 al. 1 et de l'art. 39 al. 1 let. b et k de la Loi sur l'Université (LUni) du 5 septembre 1996, de l'art. 55 de la Loi sur le personnel (LPers) du 16 septembre 2004, de l'art. 58 al. 3 de l'Ordonnance sur l'Université (OUni) du 12 septembre 2012 et de l'art. 18 des Statuts de l'Université de Berne du 7 juin 2011 (Statuts de l'Université ; StUni),

arrête

1. Contexte

Établissement de droit public du canton de Berne, l'Université de Berne accomplit sa mission au service de la collectivité. Conformément à la Loi sur l'Université, elle sensibilise le public aux objectifs scientifiques qu'elle poursuit et informe régulièrement sur les priorités et les résultats de son activité.

La publication de résultats de recherche compte parmi les tâches premières de l'activité scientifique. Elle est assurée en premier lieu par les chercheuses et chercheurs dans le cadre de revues et de forums scientifiques. Dans le cadre de leurs activités de recherche, les collaboratrices et collaborateurs de l'Université peuvent et doivent également intervenir dans le contexte public. Lorsqu'elles/ils expriment des opinions sortant de ce cadre, elles/ils doivent tenir compte de certaines conditions générales.

Les dispositions suivantes règlent la communication de l'Université, de ses unités et de ses membres. Elles s'appliquent à toutes les unités universitaires et à l'ensemble des collaboratrices et collaborateurs de l'Université de Berne.

2. Cadre juridique

La *liberté de la science* (art. 20 de la Constitution fédérale et art. 21 de la Constitution cantonale) protège le libre choix du sujet et de la méthode de la recherche scientifique, l'interprétation des résultats ainsi que leur diffusion.

En revanche, les contributions qui ne sont pas en lien direct avec une recherche propre ne relèvent pas de la liberté de la science mais de la *liberté d'expression*.

Les collaboratrices et collaborateurs de l'Université ont le devoir de préserver les intérêts de l'Université de Berne et de s'acquitter de leurs tâches envers la population et l'employeur de manière conforme au droit, consciencieuse, économique et innovante. Cette obligation est l'expression du principe de loyauté des collaboratrices et collaborateurs conformément à l'art. 55 de la Loi sur le personnel du canton de Berne.

L'exercice des droits fondamentaux (à savoir la liberté d'expression) doit par conséquent s'effectuer conformément à ce principe de loyauté et donc en tenant compte de l'intérêt public particulier qui sous-tend le rapport de travail avec l'Université.

3. Responsabilités au sein de l'Université

Dans le cadre des présentes instructions, les responsabilités au sein de l'Université sont définies comme suit :

- L'Université de Berne se porte garante de la liberté de la recherche et de l'enseignement, qui est d'un intérêt fondamental pour l'Université et la société.
- Les chercheuses et chercheurs sont responsables de leur activité scientifique et de l'exercice de la liberté scientifique.
- Il est de la responsabilité de la Direction de l'Université de s'assurer que l'Université accomplit sa mission, réalise ses objectifs et que les intérêts de l'Université dans son ensemble sont préservés.
- Il est essentiel que toute activité académique se fonde sur la science. L'Université de Berne aspire à la diversité des perspectives et des méthodes s'inscrivant dans une démarche scientifique.
- L'Université est un lieu où les opinions et points de vue divergents sont considérés comme un enrichissement et une source de nouvelles connaissances. Elle encourage un mode de pensée innovant et original et prône la tolérance à l'égard des autres opinions et approches.
- Les débats, discussions ou appréciations critiques doivent être fondés sur la base des standards et des connaissances académiques ainsi que sur les valeurs de l'Université de Berne.
- L'Université protège et soutient dans la mesure de ses possibilités les chercheuses et chercheurs ainsi que ses collaboratrices et collaborateurs qui, du fait de leur activité, sont en contact direct avec le public et sont attaqués de manière inappropriée.
- L'Université encourage et requiert un respect mutuel de ses membres et propose à ses collaboratrices et collaborateurs des aides accessibles à cet égard.

4. Information du public concernant les activités de l'Université

L'Université informe le public de ses activités. Dans ce cadre, elle tient compte des principes édictés dans la Stratégie 2030 de l'Université de Berne, comme l'identité et les valeurs, ainsi que des directives de la stratégie de communication.

La Direction de l'Université est responsable, avec les facultés et les unités administratives, de la communication en général portant sur les priorités et les résultats. En principe, le service Communication et marketing communique les informations concernant l'ensemble de l'Université.

Les facultés et leurs instituts ainsi que les autres unités administratives veillent à garantir au public l'accès aux résultats de recherche pour autant qu'aucun intérêt public ou privé prépondérant ne s'y oppose. Les facultés et les autres unités administratives peuvent informer elles-mêmes la communauté universitaire et le public de leurs activités d'enseignement et de recherche. Les questions concernant l'Université dans son ensemble sont communiquées en collaboration avec la Direction de l'Université.

5. Principes de communication et relatifs à l'expression d'opinions

Les dispositions suivantes règlent la communication de l'Université, de ses unités et de ses collaboratrices et collaborateurs :

- L'activité de l'Université en matière d'information et les publications d'ordre scientifique doivent être distinguées des opinions qu'expriment les collaboratrices et collaborateurs de l'Université au sujet de thèmes ne relevant pas de leurs propres activités de recherche.
- Les opinions exprimées doivent défendre les intérêts de l'Université et des domaines d'études. Il convient en particulier de s'abstenir de toute déclaration préjudiciable à l'institution ou d'autres activités susceptibles d'avoir des répercussions négatives.
- Les interventions et les expressions d'opinions des collaboratrices et collaborateurs de l'Université ayant un impact externe ne doivent pas porter atteinte à l'exercice de leur fonction et à la confiance des collaboratrices et collaborateurs, des étudiantes et étudiants et de tiers au sein de l'Université.
- Les intérêts de l'Université passent avant les intérêts particuliers des collaboratrices et collaborateurs de l'Université.
- Il convient de séparer les affaires privées du travail.
- Les opinions et les contenus d'ordre privé doivent être clairement déclarés comme tels.
- Les opinions privées ou les avis dans le cadre d'activités annexes ne peuvent pas être diffusés sur du papier à lettres ou au moyen de courriels avec l'en-tête de l'Université ou encore via les canaux officiels de l'Université de Berne.
- Les droits de l'Université de Berne et de tiers, en particulier concernant la protection de la personnalité et des données, les droits d'auteur et le secret de fonction doivent être préservés.
- Les contenus privés et les liens vers des sites Internet privés ne peuvent en principe figurer sur le site Internet de l'Université que s'ils ont un rapport avec la fonction universitaire.

6. Réseaux sociaux

Les principes généraux de communication susmentionnés s'appliquent également à la communication via les réseaux sociaux. Ils visent une utilisation professionnelle, de grande qualité et sûre de ces réseaux. La communication sur les réseaux sociaux doit être conforme à l'identité, aux valeurs et au positionnement de la marque Université de

Berne, conformément à la définition de ces éléments dans la Stratégie 2030, la stratégie de communication, la charte et le manuel du Corporate Design de l'Université.

Les conditions générales (CG) des canaux des réseaux sociaux concernés s'appliquent en complément des conditions-cadres juridiques générales. Dans la mesure du possible, il convient d'utiliser des réseaux ouverts et respectant la législation en matière de protection des données.

En tant que canal de communication, les réseaux sociaux permettent de diffuser des contenus de l'Université et d'échanger avec les groupes cibles. Pour ce faire, l'Université utilise diverses plateformes.

Sur demande, les unités universitaires peuvent créer des comptes officiels spécifiques. Le service Communication et marketing fournit des informations générales sur les réseaux sociaux.

En raison de leur effervescence et de leur concision, les réseaux sociaux constituent un cadre spécifique pour les déclarations portant sur des thèmes scientifiques. Ils doivent être utilisés avec prudence et considération.

Concernant la communication sur les réseaux sociaux, il convient d'observer en particulier les principes suivants :

- Il y a lieu de distinguer les comptes utilisés à des fins privées de ceux utilisés dans un cadre professionnel. Une indication générale peut figurer dans la description du profil.
- Les faits doivent être distingués des opinions et les opinions doivent être présentées comme telles lorsqu'un compte est utilisé pour déclarer des propos d'ordre professionnel et privé.
- En particulier lorsque des professeures et professeurs s'expriment sur les réseaux sociaux, elles/ils tiennent compte du fait qu'elles/ils sont généralement perçus·e·s comme membres de l'Université.
- Les propos tenus dans un contexte professionnel doivent toujours reposer sur des faits, répondre à des normes scientifiques minimales et ne pas être raccourcis de manière inappropriée.
- La communication doit être adaptée au réseau social et si possible à ses destinataires.
- Indépendamment du contexte dans lequel le compte est utilisé, l'autrice ou l'auteur est personnellement responsable de tous les contenus publiés.

Ces principes sont détaillés en annexe des présentes instructions.

7. Responsabilités

Afin de mettre en œuvre les instructions, la Direction de l'Université peut édicter d'autres prescriptions ou mandater d'autres services, en l'occurrence le service Communication et marketing, pour prendre des mesures ou mener des activités.

En tant qu'autorité de surveillance et disciplinaire, la Direction de l'Université est responsable des mesures disciplinaires éventuelles ou des mesures relevant du droit du personnel en cas de non-respect des instructions.

8. Entrée en vigueur

Les présentes instructions entrent en vigueur à la date de leur signature. Elles remplacent les Lignes directrices concernant l'information et l'expression d'opinions du 23 février 2021, les directives relatives aux réseaux sociaux du 29 octobre 2013 ainsi que les instructions concernant les apparitions et les expressions d'opinions des collaboratrices et collaborateurs de l'Université ayant un impact externe du 4 novembre 2008.

Berne, le 4 juin 2024

Au nom de la Direction de l'Université
Le Recteur :

Prof. Dr. Christian Leumann

Ce document est une traduction et est fourni uniquement à titre d'information. Il n'a pas de force légale. En conséquence, en cas de litige sur l'interprétation d'un article, le texte de la version originale allemande prévaudra toujours.

Annexe : Directives relatives aux réseaux sociaux

1. Les réseaux sociaux et l'Université de Berne

Les présentes directives visent une communication professionnelle, de grande qualité et sûre via les réseaux sociaux.

Les réseaux sociaux sont des canaux de communication en ligne, comme Facebook, Instagram, X, Mastodon, Bluesky, TikTok ou YouTube. Ils permettent l'échange et le partage de connaissances et encouragent les débats.

L'Université de Berne soutient le dialogue ouvert entre l'Université et les groupes de référence sur les réseaux sociaux ainsi que sur les plateformes propriétaires et ouvertes.

2. Principes généraux

Conditions-cadres juridiques spécifiques

Il convient de respecter les **conditions-cadres juridiques** notamment :

- Les droits de l'Université de Berne, de ses membres et de tiers, en particulier concernant la protection de la personnalité et des données, les droits d'auteur et le secret de fonction, doivent être préservés.
- Les principes généraux de l'Université doivent être respectés et, plus particulièrement :
 - Les contenus racistes, incitant à la violence, sexistes et pornographiques sont interdits. Ils constituent en outre un cas d'utilisation abusive des ressources informatiques.
 - Il convient en particulier de s'abstenir de toute déclaration préjudiciable à l'institution ou d'autres activités susceptibles d'avoir des répercussions négatives sur l'Université de Berne.
- Il convient de respecter les conditions générales (CG) des canaux des réseaux sociaux concernés.

Communication sur les réseaux sociaux

Les principes suivants s'appliquent à la **communication** sur les réseaux sociaux :

- Il convient de réagir aux questions, critiques ou suggestions en temps opportun (première réaction généralement dans un délai d'un jour ouvré).
- Le ton de la communication est approprié et courtois.
- La communication s'en tient aux faits.
- En présence de publications et de contributions problématiques de toute sorte pouvant donner lieu à une crise, il convient d'en informer le service Communication et marketing. En cas de demandes des médias, il y a lieu de contacter le service de presse (medien@unibe.ch).

En cas de situation de crise, il convient d'informer la cellule de crise. Le service Communication et marketing joue ici le rôle d'interlocuteur.

Le service communication & marketing est le point de contact pour toutes les questions relatives aux médias sociaux (socialmedia@unibe.ch).

Utilisation du logo de l'Université

Les unités universitaires sont tenues d'utiliser la marque graphique (u suivi du b en exposant) en tant qu'imagede profil. Les facultés et instituts utilisent la marque graphique noire sur fond blanc, alors que les canaux de communication de la marque faîtière utilisent la marque graphique blanche sur fond rouge. Les centres disposant de leur propre logo ou marque graphique peuvent l'utiliser.

Seules les unités administratives de l'Université de Berne peuvent utiliser le logo de l'Université de Berne. Ce logo ne doit pas être utilisé à des fins privées ou commerciales.

Demandes des médias et situations de crise

Les demandes des médias via les réseaux sociaux et concernant l'ensemble de l'Université doivent être transmises directement au service de presse de l'Université de Berne (medien@unibe.ch).

Les publications et les contributions problématiques de toute sorte pouvant donner lieu à une crise doivent être surveillées.

En situation de crise, le service Communication et marketing joue le rôle d'interlocuteur.

3. Principes régissant le comportement des unités administratives et des administratrices et administrateurs

Planification de la présence en ligne

- Les comptes des unités universitaires doivent être créés en tant que comptes professionnels.
- Un concept régissant la rédaction ou au minimum le contenu des interventions doit être établi.
- Avant de créer un profil sur un réseau social, il convient de définir les compétences (responsabilité) et les processus. La personne responsable et le compte doivent être indiqués à l'équipe en charge des réseaux sociaux du service Communication et marketing au moment de la création du profil.
- Les thèmes pertinents pour l'ensemble de l'Université et ciblant un groupe plus large peuvent également être diffusés via les canaux principaux de l'Université de Berne. Dans tous les cas, il convient d'informer le service Communication et marketing et de définir avec lui les canaux utilisés pour une telle communication.
- Le service Communication et marketing se tient à disposition pour vous conseiller.

Nétiquette et impressum

- Les interventions doivent obéir à une nétiquette. Cette dernière définit le comportement des utilisatrices et utilisateurs les uns envers les autres sur le portail correspondant. Elle comprend également des critères concernant la suppression de publications de fans, de followers ou d'abonnés.

- Un compte professionnel est soumis à l'obligation de présenter un impressum. De manière générale, l'impressum comprend au minimum l'adresse, l'e-mail et le numéro de téléphone du ou de la responsable du canal.
- Le profil de réseau social peut comporter un lien vers un impressum si le canal ne prévoit pas explicitement la possibilité de faire figurer des mentions légales.
- Concernant le contenu de l'impressum, les dispositions de la Loi fédérale contre la concurrence déloyale (LCD) doivent être respectées (art. 3 al. 1 let. s ch. 1 LCD).

Dénomination

En tant que telles, les interventions de l'Université doivent être associées à une dénomination appropriée. Les principes suivants s'appliquent à la dénomination :

- Les interventions de l'Université de Berne doivent comprendre la mention « ... Université de Berne », « Uni Berne » ou « unibe ».
- L'« Uniform Resource Locator » (URL, localisateur uniforme de ressource) comporte la mention « ...unibern » ou « ...unibe » au niveau du nom.
- Concernant le choix de l'URL, il est recommandé de combiner l'abréviation de l'institut ou de l'unité administrative avec le complément « unibe » ou « unibern ».
- Les désignations de l'Université de Berne en langue étrangère sont définies conformément aux dispositions linguistiques de l'Université de Berne (anglais : University of Bern ; allemand : Universität Bern).
- Dans la zone dédiée aux informations du canal du réseau social, il y a lieu d'indiquer que l'institut ou l'unité administrative correspondante fait partie de l'Université de Berne.
- Sur les plateformes soumises à une limitation du nombre de caractères, on utilise en principe l'abréviation « unibern » pour désigner l'Université de Berne. Ce principe s'applique aux hashtags #unibern, mais non aux mentions réalisées avec le nom du compte correspondant (p. ex. @unibern).
- Il est interdit d'utiliser le nom de l'Université de Berne sur les canaux des réseaux sociaux privés. Il en va de même pour les variantes du nom (p. ex. unibe, unibern) et l'utilisation du logo.

Surveillance

- Il convient de surveiller la réputation en ligne à l'aide d'outils appropriés.
- Cette surveillance incombe aux responsables du profil.

Utilisation privée

L'utilisation privée des réseaux sociaux au poste de travail est soumise aux mêmes règles que l'utilisation générale d'Internet à des fins privées.

Il est interdit d'utiliser le nom de l'Université de Berne sur les canaux des réseaux sociaux privés. Il en va de même pour les variantes du nom (p. ex. unibe, unibern) et l'utilisation du logo.

4. Check-list / fondement du concept applicable aux réseaux sociaux pour les unités universitaires

- o *Vous êtes en contact avec la ou le responsable des réseaux sociaux de l'Université de Berne.*
- o *Vous connaissez les canaux que vous souhaitez utiliser ainsi que les aspects suivants :*
 - o *Vous connaissez votre groupe cible.*
 - o *Vous savez à quelle fréquence vous souhaitez utiliser les canaux.*
 - o *Vous connaissez les formats et les contenus que vous souhaitez publier sur les canaux.*
- o *La compétence concernant les canaux est clairement définie (responsabilité principale, étendue des ressources).*
- o *Le changement de la ou des personne(s) compétente(s) pour les canaux est clairement défini.*
- o *Les processus de création de contenus sont clairement définis (principe du double contrôle, fournisseurs de contenu, etc.).*
- o *Une compétence claire est mise en place pour la surveillance des canaux de réseaux sociaux.*
- o *La gestion de la communauté est clairement définie (p. ex. délai jusqu'à la rédaction d'une réponse à un commentaire).*
- o *Vous avez défini l'étendue et les indicateurs clés de performance que vous estimez importants pour l'analyse de vos activités.*
- o *Aspects juridiques :*
 - o *Vous connaissez les aspects juridiques concernant la création de contenus et leur publication, et les respectez en conséquence (p. ex. droit d'auteur, droit à l'image, etc.).*
 - o *Vous respectez les autres dispositions juridiques en vigueur (secret de fonction, droits d'auteur, protection des données et de la personnalité).*
- o *Vous avez obtenu les autorisations nécessaires pour l'utilisation du matériel de l'Université de Berne (p. ex. logo, marque graphique).*
- o *Le nom de votre apparition comporte la mention complémentaire « ... Université de Berne » ou « unibe ».*
- o *L'URL de votre profil comporte la mention complémentaire « ...unibern » ou « ...unibe » (p. ex. « www.facebook.com/iop.unibe » ou « www.youtube.com/ilubunibe »).*
- o *Dans la zone d'information, vous renvoyez à l'impressum et indiquez que l'unité est une unité administrative de l'Université de Berne.*
- o *Vous avez élaboré une nétiquette et formulé un impressum ou vous proposez un lien vers cet impressum.*
- o *Vous n'utilisez pas à des fins privées un logo et les canaux de réseaux sociaux avec le nom de l'Université de Berne ou des variantes de ce nom.*