

Centres pour l'enfant et la famille ON y va

Lignes directrices
pour les services
virtuels

2025

Présenté par :
Services à l'enfance
du District de Nipissing

District of Nipissing
Social Services
Administration Board



Conseil d'administration
des services sociaux
du district de Nipissing





Table des matières

| | |
|---|----|
| Objectif..... | 3 |
| En bref..... | 3 |
| But | 4 |
| Normes des services virtuels ON y va..... | 4 |
| Lignes directrices pour les pages Facebook..... | 7 |
| Calendrier du programme | 9 |
| Risques et responsabilité légale des fournisseurs de services ON y va | 9 |
| Identité visuelle propre au district de Nipissing | 11 |
| Rapports sur les services virtuels | 12 |
| Contactez-nous | 12 |
| Annexe A : Définitions clés..... | 13 |
| Annexe B: Conseils d'utilisation pour les plateformes virtuelles | 15 |



Objectif

The objective of the Virtual Services Guidelines is to build on the Ministry of Education and DNSSAB's foundational EarlyON documents to provide information about the specific service standards and operational processes that are applicable to virtual program delivery.

En bref

Les services virtuels des centres ON y va sont offerts sur le Web et au téléphone. L'objectif est de maintenir les relations humaines et d'appuyer les familles. Les services virtuels peuvent servir d'introduction aux centres ON y va ou à fournir de l'information et des ressources aux nouveaux participants et à la clientèle de longue date. Les fournisseurs peuvent se servir des outils en ligne pour publier des ressources et présenter des activités appropriées pour appuyer le développement des enfants de 6 ans ou moins. Les ressources en ligne peuvent aussi soutenir les parents et les autres personnes qui s'occupent de jeunes enfants, en plus de les diriger vers d'autres services dans la communauté.

Les services virtuels comprennent les types de programmes suivants :

- Sessions interactives axées sur l'enfant : Séances interactives organisées virtuellement par le biais d'une plateforme en ligne. Les enfants et les parents/responsables se connectent à une réunion virtuelle et peuvent participer à des activités guidées (par exemple, des réunions de famille, des récits, des activités artistiques ou de remise en forme).
- Séances enregistrées axées sur l'enfant : Vidéos développées par le personnel du programme EarlyON, préenregistrées et disponibles en ligne pour le public.
- Discussions animées entre parents et soignants : Il s'agit de réunions virtuelles organisées pour les parents et/ou les prestataires de soins afin de discuter de sujets liés à leurs enfants âgés de 0 à 6 ans.
- Téléconférences/vidéoconférences programmées et appels téléphoniques avec les parents/soignants. Ces services peuvent être utilisés pour mettre les familles

en contact avec les ressources nécessaires, soutenir la navigation dans le système, avoir des conversations sur le développement de l'enfant/la parentalité, etc. Résultats

But

Les services virtuels pour les centres ON y va offriront aux familles du district de Nipissing la possibilité d'accéder aux services et informations ON y va lorsqu'elles ne peuvent pas assister aux programmes en personne (par exemple, fermetures imprévues, intempéries, etc.) ou préfèrent accéder aux services virtuellement. Les services virtuels visent à sensibiliser aux programmes et services ON y va et à répondre aux services de base mandatés par la province de l'Ontario : soutenir l'apprentissage et le développement des jeunes enfants, engager les parents/tuteurs et les responsables, et créer des liens pour les familles. Les programmes et services virtuels ON y va doivent utiliser Comment apprend-on?, la pédagogie de l'Ontario pour les premières années, pour guider le développement et la prestation de tous les programmes. Comment apprend-on? soutient l'adoption d'une approche pédagogique commune dans tous les milieux de la petite enfance, basée sur les quatre fondements de l'apprentissage : appartenance, bien-être, engagement et expression.

Normes des services virtuels ON y va

Tous les services virtuels d'ON y va doivent respecter les exigences suivantes :

- Incorporer les 3 services de base obligatoires : engager les parents/tuteurs et les responsables, soutenir l'apprentissage et le développement des jeunes enfants, et créer des liens pour les familles.
- Assurer que l'information sur les services fournis soit disponible au public, y compris quels services virtuels ON y va sont disponibles ; comment les enfants et les familles peuvent y accéder ; quand les services sont offerts ; et comment les participants peuvent faire des suggestions et donner leur avis.
- Assurer que les programmes soient animés par un personnel compétent et informé.





- Être conçus avec une approche centrée sur la famille basée sur les principes de *Comment apprend-on?*
- Être planifiés de sorte que chaque session ait un objectif clair pour le groupe.
- Être adaptés aux besoins de la communauté.
- Être conçus pour encourager la participation active du parent/tuteur ou responsable et de l'enfant. La technologie est utilisée de manière ludique et soutient la créativité, l'exploration, le jeu de simulation, le jeu de motricité fine et globale, ainsi que les activités en plein air.
- Compléter et s'aligner avec la programmation accessible en présentiel.

Lors de la planification des services virtuels, le personnel des centres ON y va devrait prévoir suffisamment de temps pour :

- la planification*/la préparation/la livraison
- le suivi
- la collecte de données

*Dans le contexte virtuel, la planification inclut :

- la recherche et la création de contenu original
- la préparation
- l'organisation du contenu pour le présenter par la suite

Les bonnes pratiques suivantes faciliteront la tâche des fournisseurs de services ON y va qui offrent des services virtuels :

Conduite

- Il ne faut jamais publier de l'information délicate sur les médias sociaux. Cela comprend des renseignements financiers, opérationnels ou légaux, ainsi que les renseignements personnels des participants.
- Les publications en ligne doivent être guidées par les principes d'intégrité, de professionnalisme et d'impartialité. Les commentaires négatifs de nature raciale, ethnique, sexuelle, religieuse ou concernant un handicap physique sont strictement interdits. Il est important de respecter toutes les dimensions de la diversité.
- Assurez la protection de la vie privée du personnel et des participants. Adoptez des normes et des règles de participation appropriées. Limitez les sources de



distracted visuelle. Évitez de tenir les activités à des endroits ou dans des contextes qui pourraient révéler de l'information personnelle. Il faut obtenir le consentement éclairé des participants avant d'enregistrer une activité.

- Assurez le respect des limites professionnelles dans votre rôle de membre du personnel d'un centre ON y va.
- Suivez les consignes pour chacune des plateformes.
- Avant de préparer une programmation en ligne, consultez les familles pour mieux comprendre leurs besoins, leurs intérêts et leurs attentes.
- Répondez toujours aux commentaires (négatifs ou positifs) de façon respectueuse.
- Diffusez l'image de marque et les messages des centres ON y va de façon uniforme sur toutes les plateformes.

Contenu et matériel

- Utilisez du contenu provenant de sources fiables et qui est conforme aux principes du développement de l'enfant. Tenez aussi compte des besoins des parents et des autres responsables d'enfants. Indiquez vos sources, comme le nom ou l'adresse du compte auquel vous faites référence.
- Il est plus difficile de soutenir l'intérêt et la concentration des participants lors d'activités en ligne. Offrez des activités plus courtes, en petites tranches. Par exemple, réduisez les programmes d'une heure à 30 minutes ou limitez le nombre de participants. Dans un petit groupe, les interactions sont meilleures et il est plus facile de répondre aux besoins de toutes les familles.
- Choisissez des approches et du contenu qui favorisent l'engagement, qui renforcent les relations interpersonnelles et qui donnent lieu à des interactions positives. Gardez à l'esprit les principes fondamentaux de la pédagogie *Comment apprend-on?*
- Choisissez des accessoires que les parents trouveront facilement à la maison. Ils ne devraient pas avoir à acheter de matériel supplémentaire pour les programmes et activités.
- Avant d'utiliser des photos ou des images numériques de votre propre enfant, évaluez les risques possibles de leur diffusion en ligne. Les enfants ont le droit à une protection de leur présence numérique et de leur vie privée. Faites donc des choix réfléchis. Assurez-vous d'obtenir le consentement de membres de la famille



ou d'amis avant d'utiliser des images dans lesquelles on pourrait les reconnaître. Avant de commencer une rencontre de groupe, rappelez les règles à suivre, dont l'interdiction d'enregistrer la séance.

- Révisez le contenu des présentations. Éliminez les éléments superflus, corrigez les fautes d'orthographe et de grammaire, et communiquez les messages en langage clair et simple.
- Les plateformes en ligne offrent la tentation de faire de nombreuses publications* chaque jour. Toutefois, il est préférable de se limiter à quelques publications de haute qualité au lieu de publier de nombreux messages moins pertinents. Pour en savoir plus sur l'étiquette dans les médias sociaux, consultez la page <https://blog.hootsuite.com/social-media-etiquette-rules-for-business/> (anglais). *Rappel : Une publication n'est pas la même chose qu'une activité en direct/interactive.

Lignes directrices pour les pages Facebook

Facebook est l'une des principales plateformes de médias sociaux facilitant les échanges entre les fournisseurs ON y va et les familles. Les centres se servent de leur page Facebook pour publier et partager facilement du contenu s'adressant aux familles. On peut aussi y publier la mission de l'organisme, ses coordonnées, ses heures d'ouverture et son adresse. Au moment de créer une page Facebook pour un centre ON y va, il est important de faire la distinction entre un profil, une page et un groupe sur Facebook :

Un **profil Facebook** sert à partager de l'information personnelle sur Facebook (intérêts, photos, vidéos, ville de résidence, ville d'origine). Les profils sont utilisés par des personnes et non des organisations.

Une **page Facebook** permet à un artiste, une personnalité publique, une entreprise, une marque ou une organisation de communiquer avec sa clientèle ou les personnes qui s'y intéressent. Lorsqu'on « aime » (*like*) ou « suit » (*follow*) une page sur Facebook, on reçoit les nouvelles publications de cette page sur son fil d'actualité (*News Feed*).

Un **groupe** est un endroit où communiquer avec d'autres personnes avec lesquelles vous avez un intérêt en commun. Vous pouvez créer un groupe pour une réunion de



famille, une équipe sportive au bureau, un club de lecture, et ainsi de suite. Vous pouvez aussi ajuster les paramètres de confidentialité pour contrôler l'accès au groupe.

Il y a une différence clé entre une page et un groupe : une page est mise à jour et publiée par ses administrateurs, mais dans un groupe, n'importe quel membre peut faire des publications dans le fil d'actualité. Contrairement à un groupe, une page présente seulement le contenu de l'organisation qui en est propriétaire. Quand une personne partage le contenu d'une page, cela se fait sous le nom de l'organisation et non sous un profil personnel. C'est pour cela que les *centres ON y va doivent créer leur propre page Facebook*. L'utilisation d'une page Facebook est une marque de professionnalisme. De plus, cela protège l'identité des profils du personnel du centre. Il est possible que quelques centres ON y va aient déjà créé un groupe plutôt qu'une page. Pour éviter de perdre le contenu du groupe, on peut établir un lien entre le groupe et la page Facebook (nouvelle ou existante) du centre. Les publications dans le groupe pourront ensuite se faire sous le nom de la page. Dans un tel cas, il faut aussi modifier les paramètres de confidentialité pour permettre seulement aux administrateurs de faire des publications dans le groupe.

Il y a une autre raison pour laquelle il est essentiel de créer une page Facebook plutôt qu'un profil ou un groupe. Les administrateurs d'une page peuvent consulter des outils analytiques comme « Audience Insights » et obtenir des données au sujet de la page et des publications individuelles (nombre de mentions « J'aime », interactions et couverture). Ces données indiquent quelles publications sont les plus populaires chez les familles et peuvent guider la planification des programmes. Les Services à l'enfance du CASSDN exigent que les centres ON y va fournissent ces données. Vous trouverez plus de détails à la section *Rapport mensuel statistique sur les services virtuels*.

Créer une page Facebook

La page Facebook doit être créée par une personne qui possède un profil personnel Facebook. Cette personne jouera le rôle d'administrateur et pourra gérer toutes les fonctions de la page : publications, envoi de messages sur Messenger ou consultation des données Audience Insights. Les administrateurs peuvent accorder certaines permissions d'accès et de modification à d'autres personnes. Ces personnes doivent aussi avoir leur propre profil personnel. Il est préférable de limiter l'accès aux



personnes qui gèrent activement la page Facebook. Pour en savoir plus sur la création d'une page Facebook, cliquez [ici](#).

Calendrier du programme

Les fournisseurs de services ON y va qui offrent des programmes interactifs en direct ou enregistrés en ligne doivent les ajouter à leurs calendriers mensuels de programmation afin de faciliter la connaissance des options de programmes virtuels disponibles pour les familles durant le mois. Si des programmes virtuels sont proposés en raison des annulations dues aux intempéries, un avis doit être fourni aux familles via des publications sur les réseaux sociaux et/ou par courriel.

Risques et responsabilité légale des fournisseurs de services ON y va

Les fournisseurs de services ON y va ont la responsabilité de gérer les plateformes de services virtuels et doivent se conformer aux pratiques suivantes pour limiter les risques et la responsabilité associés à la prestation de services virtuels :

- Assurer le respect des conditions d'utilisation des sites Web présentés sous forme de liens et de ressources.
- Suivre les lois sur le droit d'auteur et l'inclusion de références pour la publication de contenu en ligne. Le droit d'auteur offre une protection légale. Ne reproduisez pas des œuvres protégées par le droit d'auteur en ligne sans avoir obtenu l'autorisation écrite ou une autre autorisation explicite de l'auteur, du créateur ou du titulaire du droit d'auteur. L'affichage ou la reproduction en ligne d'œuvres protégées par le droit d'auteur pourrait donner lieu à des conséquences juridiques.

Ce qui est **interdit** pour les services virtuels ON y va :

- Ne lisez pas des livres et ne chantez pas des chansons protégés par le droit d'auteur en ligne (en direct ou sous forme d'enregistrement) sans avoir obtenu l'autorisation du titulaire du droit d'auteur.



- Ne reproduisez pas à voix haute et de mémoire le contenu d'un livre ou d'une chanson en ligne (en direct ou sous forme d'enregistrement) sans avoir obtenu l'autorisation du titulaire du droit d'auteur.
- Ne publiez pas la lecture d'une œuvre par son auteur ou la prestation d'une chanson par son créateur en utilisant la référence de contenu originale de l'auteur ou de l'artiste sur Instagram. Instagram ne permet pas de republier du contenu. Pour le faire, il faut utiliser une application d'une tierce partie, et cela est illégal. Ce type de violation du droit d'auteur s'applique également à Facebook. Les utilisateurs de Facebook ne sont pas autorisés à publier du contenu provenant d'autres sources sans avoir obtenu l'autorisation de le faire.

Ce qui est **permis et recommandé** pour les services virtuels ON y va :

- Vous pouvez lire des livres ou chanter des chansons protégés par le droit d'auteur à l'intérieur d'un groupe fermé ou d'une réunion verrouillée. Dans ces groupes et réunions, les publications des membres demeurent privées (voir l'annexe A pour en savoir plus sur les groupes fermés et les réunions verrouillées.)
- Au début de la rencontre, présentez les règles de participation. Indiquez aux participants qu'il est interdit d'enregistrer la réunion. Avant de commencer la lecture d'un livre, nommez l'auteur, l'illustrateur et la maison d'édition. Avant de chanter une chanson, donnez son titre et nommez l'artiste. Si vous chantez plusieurs chansons sans interruption, indiquez le titre et le nom de l'artiste pour toutes les chansons avant de commencer. Vous avez aussi la possibilité de publier une vidéo privée sur YouTube et de la partager seulement avec les membres du groupe privé. À la fin du programme, vous devrez retirer la vidéo de YouTube. L'annexe A présente plus de détails sur les vidéos privées et leurs limites.
- Éliminez les enregistrements de livres et de chansons protégés par le droit d'auteur que vous aviez faits sans en avoir l'autorisation; qui ne



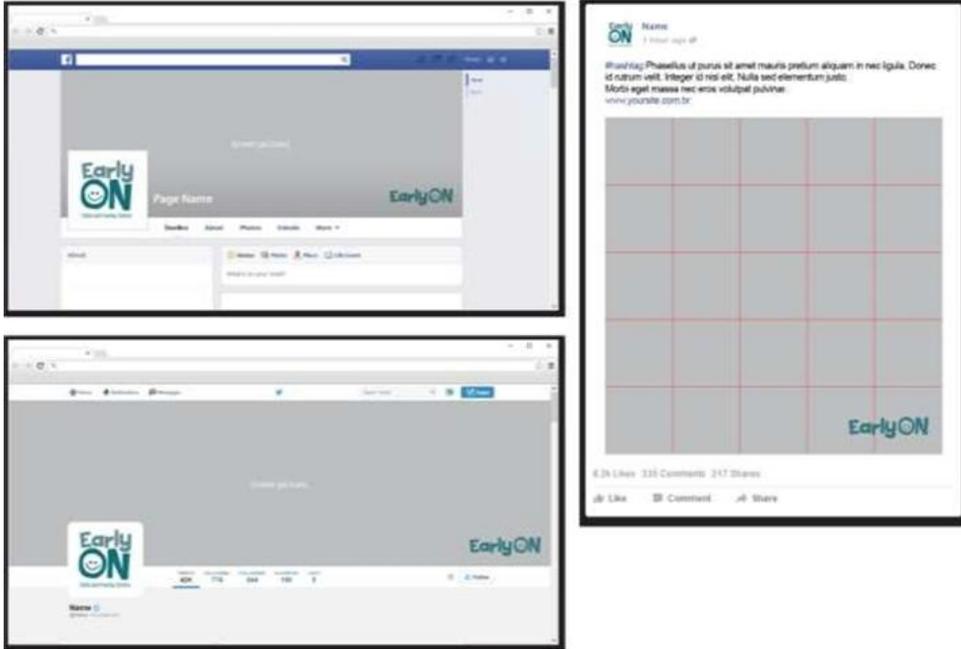
reconnaissent pas de manière appropriée l'auteur, l'illustrateur ou la maison d'édition; ou qui ne respectent pas les conditions d'utilisation.

- Servez-vous de livres et de chansons qui sont dans le domaine public ou dont le titulaire du droit d'auteur a accordé une autorisation d'utilisation. Les œuvres dans le domaine public ne sont pas protégées par les lois sur la propriété intellectuelle (droit d'auteur, marques de commerce, brevets). Ces œuvres appartiennent au public et on peut les utiliser librement.
- Sur Twitter, republiez les gazouillis d'un auteur qui lit sa propre œuvre ou d'un artiste qui chante sa propre chanson en utilisant la référence originale de l'auteur ou de l'artiste. Sur Facebook, vous pouvez partager de nouveau le contenu qui y a été publié par l'auteur ou l'artiste.
- Respectez les conditions d'utilisation de toute œuvre protégée par le droit d'auteur.
- Utilisez des livres pour lesquels le titulaire du droit d'auteur a accordé une autorisation d'utilisation ou de reproduction.
- En cas de violation du droit d'auteur, réagissez rapidement. Suivez les consignes pour le signalement d'un incident grave.

Identité visuelle propre au district de Nipissing

Les communications au sujet des services virtuels des centres ON y va doivent être conformes aux lignes directrices sur l'identité visuelle, y compris le logo, l'image de marque et les attributs de la marque.

Sur les plateformes de médias sociaux, les fournisseurs de services ON y va sont invités à utiliser le logo ON y va comme photo de profil. Vous avez aussi la possibilité d'ajouter le logo à chacune de vos publications. Les [lignes directrices sur l'identité visuelle](#) s'appliquent dans tous les cas. Vous trouverez ci-dessous des exemples pour Facebook, Instagram et Twitter.



Rapports sur les services virtuels

Il est important pour les centres ON y va de recueillir des données quantitatives et des données qualitatives au sujet de leurs services virtuels. Les centres doivent fournir au CASSDN un rapport mensuel à ce sujet.

Les données pour tous les services virtuels enregistrés sont recueillies dans le système Event Registration and Attendance Manager (ERAM). Ce système et sa documentation sont disponibles en anglais seulement. Consultez le [manuel du fournisseur](#) pour en savoir plus sur l'entrée de données.

Veillez-vous assurer que toutes les données sont saisies dans ERAM avant le 15 de chaque mois pour le mois précédent (par exemple, avant le 15 janvier 2025 pour les données de décembre 2024).

Contactez-nous

Si vous avez des questions au sujet des services virtuels dans les centres ON y va, envoyez un courriel à l'adresse data@dnssab.ca.



Annexe A : Définitions clés

Un **site Web** est un ensemble de pages Web. Le site Web est connecté à Internet.

Les **médias sociaux** sont des outils de communication en ligne. On peut les utiliser pour diffuser de l'information au sujet des programmes ON y va et pour renforcer les liens communautaires. Les médias sociaux fonctionnent à l'aide de technologies sur le Web et de technologies mobiles. Ils facilitent une discussion interactive. Les outils de médias sociaux comprennent les blogues, Facebook, Twitter et Instagram. Les médias sociaux servent à télécharger ou à partager des publications (*posts*) ou des gazouillis (*tweets*).

Une **publication** est un texte, une image ou un autre type de contenu en ligne, généralement sur un blogue ou un site de médias sociaux. Un **gazouillis** est un message envoyé sur Twitter. Il peut contenir des liens, des photographies, des images animées (GIF) ou des vidéos. La longueur maximale d'un gazouillis est de 280 caractères.

Pour obtenir d'autres définitions, consultez le glossaire très complet de Hootsuite <https://blog.hootsuite.com/social-media-glossary-definitions/>.

Les **services téléphoniques** peuvent être offerts à l'aide d'une ligne téléphonique traditionnelle, d'un cellulaire ou d'une connexion par voix sur IP (VoIP). La technologie VoIP permet d'effectuer des appels à partir d'un appareil connecté à Internet doté d'un microphone et de haut-parleurs.

Les **plateformes de vidéoconférence vocale et vidéo sur le Web** fonctionnent dans le nuage (en virtuel) et permettent de tenir des rencontres. Ce sont, par exemple, Skype, Facetime, Zoom, WhatsApp, GoToMeeting ou WebEx.

Un **courriel (courrier électronique)** est un message qui peut contenir du texte, des documents, des images ou d'autres pièces jointes. Il est distribué électroniquement d'une personne à une autre (ou à plusieurs autres) en passant par un réseau.

Les **plateformes de marketing et d'organisation** sont des solutions d'affaires qui permettent de communiquer avec des personnes en utilisant des services de marketing en ligne qui fonctionnent comme un tout intégré (courriels, cartes postales

électroniques, sites Web, médias sociaux, applications mobiles et Web, services automatisés). Mailchimp, SharpSpring, HubSpot, Hootsuite et Constant Contact sont des plateformes de marketing.



**CENTRES POUR L'ENFANT ET LA FAMILLE ON Y VA
LIGNES DIRECTRICES POUR LES SERVICES VIRTUELS**



Annexe B: Conseils d'utilisation pour les plateformes virtuelles

***Il faut noter que plusieurs ressources sont disponibles en anglais seulement.**

Facebook Analytics. Vous pouvez accéder à Facebook Analytics à partir du Web ou de l'application mobile Facebook Analytics. Il y a des différences entre les fonctionnalités de ces deux services. Rendez-vous sur la page suivante pour savoir comment accéder à Facebook Analytics : <https://www.facebook.com/help/analytics/1791060237614005>.

Statistiques Twitter. Utilisez les tableaux de bord des Statistiques Twitter pour mesurer la couverture de vos publications et pour leur donner plus d'envergure. Les outils permettent d'analyser l'auditoire et l'activité générée par vos gazouillis. Vous avez accès à plusieurs types de renseignements : gazouillis le plus populaire, nouveaux abonnés, abonnés les plus actifs, mention la plus populaire, engagement, couverture, clics sur des liens, et ainsi de suite. Renseignez-vous sur les Statistiques Twitter : <https://analytics.twitter.com/about>.

Bloquer des personnes. Vous avez la possibilité de bloquer des personnes sans qu'elles le sachent. Voyez comment faire : [Blocking People | Instagram Help Center](#)

Salles de répartition sur Zoom. Les réunions sur Zoom peuvent être divisées en un maximum de 50 sessions distinctes. L'animateur de la réunion peut choisir de diviser automatiquement ou manuellement les participants de la réunion en ces sessions distinctes et peut passer d'une session à l'autre à tout moment. La page suivante vous indique comment créer et gérer des salles de répartition :

<https://support.zoom.us/hc/fr/articles/206476313-Managing-Video-%20Breakout-Rooms>.

Réunions récurrentes sur Zoom. Après avoir déterminé les paramètres d'une conférence Zoom, vous pouvez les appliquer automatiquement lors de conférences subséquentes en utilisant simplement la même URL. Le site suivant explique comment organiser des réunions récurrentes :

<https://support.zoom.us/hc/fr/articles/214973206-Scheduling-recurring-meetings>.



Message direct. Les plateformes de médias sociaux permettent d'envoyer des messages directement à d'autres abonnés. Les paramètres par défaut bloquent les messages directs de non-abonnés ou les redirigent vers une boîte de réception secondaire. Les entreprises qui souhaitent communiquer avec leur clientèle par message direct peuvent toutefois modifier ces paramètres pour recevoir tous les messages qui leur sont adressés.

Facebook est un site de réseautage social. Les utilisateurs y publient des commentaires, des photos et des liens vers des nouvelles ou d'autres types de contenu en ligne qui piquent leur intérêt. Facebook permet également de clavarder (*chatter*) en direct et de visionner de courtes vidéos. Le contenu peut être partagé avec une seule personne ou les membres d'un groupe, ou encore être rendu public. Le site Facebook comprend un grand nombre de conseils pratiques et de tutoriels vidéo qui expliquent ses fonctionnalités : <https://www.facebook.com/>.

Vidéo en direct sur Facebook. Utilisez la caméra vidéo d'un ordinateur ou d'un appareil mobile pour diffuser une vidéo en direct sur Facebook. Vous pouvez choisir votre auditoire et diffuser des vidéos au moment qui vous convient. Consultez les pages suivantes pour obtenir des conseils d'utilisation : <https://www.facebook.com/help/1636872026560015> et <https://www.facebook.com/facebookmedia/blog/tips-for-using-live>.

Mots-clics. Les mots-clics (ou *hashtags*) sont des expressions écrites sans espaces et précédées d'un dièse (par exemple, #ONyva). Les mots-clics définissent les sujets ou les thèmes de la conversation. On les utilise pour augmenter l'engagement, développer une marque et élargir les auditoires. Les mots-clics les plus utilisés créent une nouvelle « tendance » sur Twitter. Notez les thèmes ou les mots-clics qui génèrent beaucoup d'attention sur les médias sociaux dans votre domaine (par exemple, #nouvellesmamans). N'hésitez pas à reprendre les mots-clics populaires pour mieux faire connaître votre centre ON y va. Les mots-clics sont utilisés sur Twitter, Facebook et Instagram.

Instagram est une application gratuite qui permet de partager des photos et des vidéos avec vos abonnés. Rendez-vous sur le site d'Instagram pour obtenir des conseils utiles et des tutoriels vidéo : <https://help.instagram.com/424737657584573>.



Statistiques sur Instagram. Consultez les statistiques pour en savoir plus sur vos abonnés et les personnes qui visitent votre page Instagram (par exemple, sexe, groupe d'âge, emplacement géographique). Les statistiques indiquent aussi quelles publications et stories sont les plus consultées et génèrent le plus d'engagement. Vous avez aussi accès aux résultats des campagnes payantes que vous menez sur Instagram. Les statistiques indiquent la couverture de vos activités, les comptes touchés, les impressions et les impressions par jour. Cela inclut les campagnes payantes et l'activité organique. La page suivante fournit plus de détails : <https://help.instagram.com/1533933820244654>.

Groupes Facebook privés. Vous avez la possibilité de fermer les groupes Facebook ou de les rendre privés. De cette façon, les publications, les discussions, les photos et les fichiers demeurent confidentiels. Cette option est offerte lors de la création d'un groupe ou peut être activée à tout moment. La page suivante explique comment créer un groupe privé : https://www.facebook.com/help/286027304749263?helpref=faq_content.

Enregistrement de rencontres Zoom. Si vous avez un abonnement payant à Zoom, l'hôte de la réunion peut activer la fonction d'enregistrement. Il faut obtenir l'autorisation des participants. Les instructions se trouvent sur cette page : <https://zoom.us/fr/resources.html>.

Groupes Facebook privés. Vous avez la possibilité de fermer les groupes Facebook ou de les rendre privés. De cette façon, les publications, les discussions, les photos et les fichiers demeurent confidentiels. Cette option est offerte lors de la création d'un groupe ou peut être activée à tout moment. La page suivante explique comment créer un groupe privé : https://www.facebook.com/help/286027304749263?helpref=faq_content.

Enregistrement de rencontres Zoom. Si vous avez un abonnement payant à Zoom, l'hôte de la réunion peut activer la fonction d'enregistrement. Il faut obtenir l'autorisation des participants. Les instructions se trouvent sur cette page : <https://zoom.us/fr/resources.html>.



Sécurité sur Instagram. La sécurité est essentielle au bon fonctionnement des médias sociaux. Les conseils sur la page suivante vous aideront à renforcer la sécurité de votre compte Instagram : [Safety Tips | Instagram Help Center](#)

Taille des images. Ajustez la taille des images pour leur donner une apparence optimale en fonction de la plateforme que vous utilisez. Le billet de blogue suivant fournit des consignes à jour (2020) au sujet des dimensions à utiliser pour les images sur Facebook, Instagram, Twitter, YouTube et d'autres plateformes :

<https://blog.hootsuite.com/social-media-image-sizes-guide/>.

Stories. Les stories sur Instagram ne sont pas comme les publications de photos ordinaires, car elles prennent la forme de carrousel de photos. Les stories demeurent en ligne 24 heures. Vous pouvez toutefois les enregistrer sur l'un de vos appareils et les réutiliser plus tard. Les stories apparaissent au haut du fil de publications que les utilisateurs consultent tous les jours. Pour en savoir plus, lisez les informations suivantes : <https://help.instagram.com/1257341144298972>.

Identification sur Facebook. Indiquez le nom d'autres abonnés Facebook sur vos photos ou dans vos publications. Par exemple, vous pouvez publier un message pour indiquer que vous avez eu beaucoup de plaisir avec ces personnes lors d'une activité ou que vous vous apprêtez à les voir à l'occasion d'un événement communautaire. La page <https://www.facebook.com/help/124970597582337> fournit plus de détails.

Accroche. Les « accroches » sont de petites publications qui piquent la curiosité et l'intérêt au sujet de votre activité ou de votre programme. Comme leur nom l'indique, elles devraient être accrocheuses et inciter les utilisateurs à se rendre sur votre site Web ou à cliquer sur le lien menant à votre activité de groupe.

Twitter. La plateforme de microblogage Twitter est utilisée pour diffuser de courts messages, les gazouillis. Les gazouillis se limitent à 280 caractères. On peut y inclure des liens vers des sites Web et des ressources. Les utilisateurs de Twitter s'abonnent au compte d'autres utilisateurs. Vous verrez apparaître les messages des comptes auxquels vous êtes abonné dans votre fil Twitter. Pour plus de renseignements, rendez-vous sur cette page : <https://twitter.com/home?lang=fr>.



Se désabonner d'un compte Twitter ou bloquer un compte. Lorsque vous vous désabonnez d'un compte, vous ne verrez plus ses gazouillis automatiquement sur votre fil Twitter. Vous pourrez tout de même les voir en vous rendant sur la page de profil du compte en question (sauf si ses gazouillis sont protégés). Au besoin, vous pouvez bloquer complètement un autre compte. Son propriétaire ne pourra pas vous contacter. Il ne verra pas vos gazouillis et il ne pourra s'abonner à votre compte. Les instructions se trouvent sur cette page : <https://help.twitter.com/fr/using-twitter#following-people-and-groups>.

Ne plus suivre un utilisateur Facebook, le retirer de sa liste d'amis ou le bloquer. Facebook vous offre la possibilité de ne plus suivre les publications de personnes qui font partie de votre liste d'amis sans avoir à les retirer complètement de votre liste. La personne ne sera pas informée que vous ne la suivez plus ou que vous l'avez bloquée. Vous trouverez les instructions sur les sites suivants : <https://www.lifewire.com/add-and-make-friends-facebook-1240582>, <https://www.facebook.com/help/190078864497547> ou <https://www.facebook.com/help/172936839431357>.

YouTube est un service de partage de vidéos. Il permet de publier des vidéos, de les visionner, de leur donner des mentions « J'aime », de les partager et d'indiquer des commentaires. YouTube fonctionne sur les ordinateurs de bureau, les portables, les tablettes et les téléphones mobiles.

Catégories de vidéos sur YouTube. Les vidéos **publiques** sont accessibles à quiconque dans le monde entier. On peut les trouver en effectuant une recherche. Les vidéos **non répertoriées** peuvent seulement être visionnées par les personnes à qui l'auteur a fourni le lien vers la vidéo. Toute personne qui obtient ce lien peut visionner la vidéo, sans autres restrictions. Il n'est pas nécessaire d'avoir un compte Google pour y accéder. YouTube retire les vidéos au contenu jugé inapproprié dans les 24 heures suivant la réception d'une plainte à leur sujet. De plus, le matériel protégé par le droit d'auteur sera retiré par YouTube. Après avoir été retirée par l'auteur ou par YouTube, une vidéo n'est plus accessible.

Enfin, les vidéos **privées** sont seulement accessibles aux personnes qui reçoivent le lien directement de l'auteur (maximum de 50 personnes). Le lien ne fonctionnera pas



s'il provient d'une source secondaire. Dans ces cas, il faut avoir un compte Google pour visionner la vidéo. Après avoir été retirée par l'auteur, la vidéo n'est plus accessible. Les pages suivantes donnent des précisions sur les vidéos publiques, non répertoriées et privées : https://filmora.wondershare.com/youtube-video-editing/what-does-unlisted-mean-on-youtube.html?gclid=CjwKCAjwhOD0BRAQEiwAK7JHmBzNoe-A8TFISjxOIkTyigbiyh-7kyuhX8gTo-zZVSSStj4DrmgS6zRoC1qUQAvD_BwE et <https://www.pagecloud.com/blog/private-vs-unlisted-youtube>.

Arrière-plan virtuel sur Zoom. Choisissez un arrière-plan virtuel pour vos rencontres Zoom. Cette fonction est offerte pour iPhone et pour les ordinateurs de bureau. De cette façon, les autres personnes participant à la réunion ne verront pas ce qui se trouve réellement derrière vous. Jetez un coup d'œil à cette page pour en savoir plus sur le choix d'un arrière-plan virtuel : <https://www.pocket-lint.com/apps/news/151426-what-is-zoom-and-how-does-it-work-plus-tips-and-tricks>.

Zoom est un service de vidéoconférence sur le nuage. On peut l'utiliser pour tenir des rencontres virtuelles en format audio ou vidéo. Zoom permet de clavarder en direct, de partager l'écran de son appareil et d'enregistrer la rencontre. Les options de forfaits sont nombreuses, de l'abonnement de base gratuit à l'abonnement complet Zoom Rooms. Les fonctionnalités varient d'un forfait à l'autre. Avec la version gratuite, on peut tenir un nombre illimité de réunions, mais leur durée est de 40 minutes maximum. Aucun enregistrement ne peut être effectué. Rendez-vous sur le site <https://zoom.us/> pour choisir un forfait, télécharger l'application et visionner les tutoriels.

Outils d'analyse Zoom. Le tableau de bord donne un aperçu en temps réel du déroulement des réunions sur Zoom. Ouvrez une session dans votre compte, cliquez sur « Paramètres du compte » et cliquez ensuite sur « Tableau de bord » du côté droit de la fenêtre. Obtenez plus de détails à ce sujet : <https://blog.zoom.us/wordpress/2015/07/20/zoom-dashboard-reporting/>.

Rappel : La prudence est votre meilleure alliée en ligne. Ne dites et n'écrivez jamais quelque chose que vous ne diriez pas à tous. Agissez toujours avec professionnalisme.



Protégez la vie privée des participants et ne publiez pas des photos ou des enregistrements qui indiquent le nom des personnes ou qui montrent leur visage.

Zoombombing. Des personnes mal intentionnées accèdent à des réunions Zoom auxquelles elles ne sont pas invitées pour montrer du contenu inapproprié ou faire des commentaires déplacés. Vous pouvez prendre certaines précautions :

- Lorsque vous créez une réunion, vous y invitez des personnes en leur envoyant un lien commençant par <https://zoom.us/>, suivi d'une longue série de chiffres et de lettres majuscules et minuscules. Ce lien donne accès à la réunion. Toutefois, vous pouvez inviter les participants de façon plus sécuritaire en notant le numéro de réunion (au haut de l'écran sur la page où vous obtenez le lien) et le mot de passe (dans le coin inférieur droit). Envoyez ces informations aux participants dans un courriel personnalisé. Les participants pourront se rendre sur le site <http://www.zoom.us> pour accéder à la réunion ou s'y connecter à l'aide de l'application Zoom. Si vous diffusez le lien publiquement, prenez les mesures de précaution indiquées aux points suivants.
- Ajustez les options de partage d'écran à partir de la fenêtre « Paramètres ». Cliquez sur « Avancé » et sélectionnez l'option qui autorise seulement l'hôte de la réunion à partager son écran.
- Utilisez des salles d'attente. L'hôte de la réunion peut vérifier l'identité des invités avant de leur donner accès à la réunion. Il s'agit d'une mesure de sécurité additionnelle. Dans le menu de navigation sous « Mon compte » dans le coin supérieur droit de l'écran, cliquez sur « Paramètres », puis sur l'onglet « Réunions ». Faites dérouler le menu jusqu'à la toute fin, où vous verrez les options pour la salle d'attente. Si vous cliquez sur cette option, toutes vos réunions suivantes comprendront une salle d'attente.
- Verrouillez la réunion. À partir du moment où la réunion est verrouillée, personne ne peut s'y joindre, incluant les personnes qui ont le numéro de réunion et le mot de passe. Cliquez sur « Participants » au bas de la fenêtre

de la réunion Zoom. Dans la fenêtre qui apparaîtra à l'écran, cliquez sur « Verrouiller la réunion ».

- Tenez un webinaire au lieu d'une réunion. Le webinaire est une présentation devant un groupe et les participants ne peuvent pas intervenir. Il y a donc moins de risque qu'un pirate se mêle de la discussion. Il faut un abonnement payant à Zoom pour tenir un webinaire.





Services a l'enfance du CASSDN
200 rue McIntyre est
North Bay, ON P1B 8V6

Telephone: 705-474-2151
Telecopieur: 705-474-0136
Sans frais: 1-877-829-5121
data@dnssab.ca

dnssab.ca/fr/services-a-lenfance/onyva

