



## E REPUTATION

## OPEN DATA

C'est quoi ?

- Open » signifie « ouvert » et « data » donnée numérique d'origine privée ou publique
- Un mouvement d'accès libre et gratuit aux données
- Partage gratuit ,en format ouvert et permettant la réutilisation des données
- A été étendu aux institutions publiques
- Diffusé de manière structurée selon une **licence ouverte** garantissant son libre accès et sa réutilisation par tous, sans restriction technique, juridique ou financière
- Par analogie, et sous certaines conditions, cela peut être comparé à des œuvres protégées par le droit d'auteur, des œuvres littéraires, artistiques et scientifiques, œuvres cinématographiques, dessins, photographies, cartes, sites internet...

2016 www.coactiveteam.com

2

## OU TROUVER DU CONTENU LIBRE DE DROIT

### ➤ IMAGES et PHOTOS

- ✓ Flickr : [www.flickr.com/creativecommons](http://www.flickr.com/creativecommons)
- ✓ FreePik : [www.freepik.com](http://www.freepik.com)
- ✓ Pixabay : [www.pixabay.com](http://www.pixabay.com)
- ✓ Openclipart : [www.openclipart.org](http://www.openclipart.org)
- ✓ OpenPhoto [www.openphoto.net](http://www.openphoto.net)

### ➤ ICÔNES

- ✓ [iconlet.com](http://iconlet.com) (sous licence creative Commons et GNU/GPL ou LGPL)
- ✓ Flaticon : [www.flaticon.com](http://www.flaticon.com)

### ➤ TEXTE

- ✓ Wikipédia [fr.wikipedia.org](http://fr.wikipedia.org)
- ✓ Framabook : [www.framabook.org](http://www.framabook.org)
- ✓ Gutenberg.org : [www.gutenberg.org](http://www.gutenberg.org)
- ✓ Inlibroveritas : [www.inlibroveritas.net](http://www.inlibroveritas.net)

3

## DEFINITIONS

- **E-RÉPUTATION** : Ensemble des **TRACES NUMÉRIQUES** de votre activité sur le web et les réseaux sociaux. Elle est le reflet de votre présence digitale, l'image publique numérique que vous renvoyez = **IDENTITÉ VIRTUELLE**
- **VISIBILITÉ** : Aptitude à être **VISIBLE** sur le web par les internautes
- **IDENTITÉ NUMÉRIQUE** : lien technologique entre l'identité réelle et l'identité virtuelle.
- **PERSONAL/PRO BRANDING** : création et gestion de sa propre identité numérique comme une marque  
= **MARQUE PERSONNELLE + IDENTITE PROFESSIONNELLE**

2016 [www.coactiveteam.com](http://www.coactiveteam.com)

4

## LES DIFFÉRENTS TYPES DE PRÉSENCE

- Le site internet
- Le blog
- Les réseaux sociaux
- Les moteurs de recherche
- Les fora professionnels
- Les sites d'avis de consommateurs
- Les sites espaces collaboratifs
- Les réseaux de partage

2016 www.coactiveteam.com

6

## CAUSES D UNE MAUVAISE E-REPUTATION

- Une non maîtrise des informations diffusées
- La rumeur
- Une mauvaise compréhension de ses prestations
- On ne disparaît jamais.... Pour facebook, le plus simple est de changer le nom de son compte pour « disparaître »

2016 www.coactiveteam.com

6

## LES RISQUES

UNE MAUVAISE INFORMATION PEUT NUIRE A VOTRE REPUTATION NUMERIQUE

- Tout ce qui est publié laisse une **TRACE NUMERIQUE**
- Les informations et les commentaires sont :
  - ✓ Innombrables, Imprévisibles et Incontrôlables
- Image de la marque détériorée sur plusieurs années
- Baisse du CA
- Baisse des parts de marché
- Baisse de la productivité

2016 www.coactiveteam.com

7

## LES RISQUES

« IL FAUT DES ANNÉES POUR CONSTRUIRE UNE RÉPUTATION ET QUELQUES SECONDES POUR LA DÉTRUIRE ».

*Warren Buffet*

- Il est impossible de contrôler l'ensemble des données vous concernant, mais vous pouvez contrôler celles sur lesquelles les individus se concentrent
- TRIP ADVISOR = abîme un business
- FACEBOOK / TWITTER : abîme une réputation
- Par ex un compte Facebook ne s'efface **JAMAIS**

2016 www.coactiveteam.com

8

## IDENTITE NUMERIQUE

- Quelles informations je souhaite voir diffusées sur le web ?
- A qui s'adressent-elles?
- Quelle image je souhaite renvoyer ?

2016 www.coactiveteam.com

9

## LE CONTEXTE JURIDIQUE

2016 www.coactiveteam.com

10

## DROIT DE L INTERNET

- 4 types de sources : La loi , la jurisprudence, les contrats et les chartes
- LA LOI:
  - ✓ Lois spécifiquement créées pour imposer des règles : **Loi LCEN** (Loi pour la confiance dans l'économie numérique ) du 21 Juin 2004
  - ✓ lois qui comportent des dispositions : **Loi LOPPSI2** ( Loi d'orientation et programmation pour la performance de la sécurité intérieure) du 14 mars 2011
  - ✓ Lois sans dispositions spécifiques mais qui s'appliquent à internet: **LOIS INFORMATIQUE ET LIBERTÉS** du 6 juin 1978 (données personnelles)
- La jurisprudence : depuis 1995, les décisions se sont multipliées en faveur de l'internaute

11

## DROIT DE L INTERNET

- Les contrats : contrat d'accès internet, de réalisation de site web, d'hébergement, conditions générales de vente en ligne.
- Ou encore «les conditions générales de service »
- Les chartes : droit où sont définies des règles fixant des « bons comportements »
- Il est important de lire les conditions générales que l'on accepte (par un clic) sur internet.

2016 www.coactiveteam.com

12

## OBLIGATIONS PROFESSIONNELLES

### ➤ DROITS DAUTEUR

- ✓ Droit reconnu par la loi et accordé à un auteur, un compositeur, un éditeur ou un distributeur pour l'exclusivité de la publication, de la production, de la vente ou de la distribution d'une œuvre littéraire, musicale ou artistique.
- ✓ Droit moral : lien étroit de l'auteur avec son œuvre
- ✓ Droits patrimoniaux : valeur économique de l'œuvre, régie entre 2 parties
- ✓ L'accord de l'auteur est indispensable

2016 www.coactiveteam.com

**13**

## OBLIGATIONS PROFESSIONNELLES

### ➤ L'ÉDITEUR :

- ✓ Met à disposition du contenu sur le web et veille au respect des droits des tiers
- ✓ Il est propriétaire du site, il se doit d'ajouter La dénomination ou la raison sociale, le siège social, le téléphone, RCS ou RCM, le numéro de leur inscription, leur capital social, le siège social.

### ➤ L'HÉBERGEUR :

- ✓ Il fournit les moyens techniques
- ✓ il fournit les espaces disques qui hébergeront les sites, les données gérées par des éditeurs.
- ✓ Il a une obligation de surveillance et d'information

2016 www.coactiveteam.com

**14**

## LES RECOURS

- En cas d'atteinte à ses droits, le titulaire des droits d'auteur peut dénoncer un délit de contrefaçon qu'il peut exercer devant une juridiction administrative, civile ou répressive
- la contrefaçon est caractérisée par tous les actes d'utilisation non autorisée de l'œuvre. En cas de reprise partielle de cette dernière, elle s'apprécie en fonction des ressemblances entre les œuvres. La simple tentative n'est pas punissable.
- Le délit de contrefaçon est puni d'une peine de 300 000 € d'amende et de 3 ans de prison

2016 www.coactiveteam.com

**15**

## DROIT DES PERSONNES

- Droit à la vie privée :
  - ✓ droit de s'opposer à la reproduction de son image ou la diffusion de tout commentaire relatif à sa vie privée
- Recours:
  - ✓ Image diffusée sans votre autorisation : saisine du juge en référé (retrait des photos, dommages et intérêts, remboursement des frais d'avocat)
  - ✓ Image qui porte atteinte à votre vie privée : recours pénal avec plainte et réclamation de sanctions pénales contre l'auteur. Délai de 3 ans à partir de la diffusion de l'image
  - ✓ Dans les 2 cas, il est également possible de saisir la CNIL

2016 www.coactiveteam.com

**16**

## DROIT À LA RÉPUTATION DES PERSONNES

- Droit à la réputation des personnes :
  - ✓ ne pas porter atteinte à la réputation ou à l'honneur des personnes = diffamation
- Les recours :
  - ✓ Solliciter un droit de réponse
  - ✓ Assignation en référé pour retirer les propos diffamatoires au TGI

2016 www.coactiveteam.com

17

## DROIT À L'IMAGE DES PERSONNES

- Droit à l'image des personnes :
  - ✓ il est interdit de capter ou de diffuser l'image ou la voix d'une personne sans son consentement
- Recours civil :
  - ✓ Saisine du juge en référé pour le retrait des photos, les dommages et intérêts et le remboursement des frais d'avocat
- Recours pénal:
  - ✓ Plainte dans un délai de 3 ans à partir de la diffusion de l'image, auprès de la police ou gendarmerie
- Recours auprès de la CNIL

2016 www.coactiveteam.com

18

## PROPRIETE INTELLECTUELLE

- Propriété intellectuelle :
  - ✓ Comprend la propriété industrielle ( brevets, marques...)
  - ✓ et la propriété littéraire et artistique ( oeuvres littéraires, musicales, logiciels, sites internet ...)
- Recours
  - ✓ Avoir au préalable déposé un brevet
  - ✓ Saisir un tribunal et demander une ordonnance de mesure provisoire

2016 www.coactiveteam.com

**19**

## DROIT DE LA CONCURRENCE

- Concurrence déloyale : comportements contraires à la loyauté
- Recours :
  - ✓ Constatation d'huissiers pour fixer la preuve
  - ✓ Appel à un avocat pour qualifier la faute et évaluer le préjudice
  - ✓ Requête devant le tribunal de commerce
- Concurrence interdite : abus de position dominante et entente (définie par le code du commerce)
- Recours :
  - ✓ Constatation d'huissier
  - ✓ Saisine du juge du tribunal du commerce

2016 www.coactiveteam.com

**20**

## DROIT DE LA PRESSE

- Englobe le droit de la presse générale amendée de dispositions spécifiques pour le numérique
- Cas de jurisprudence prédominants
- Englobe les droits d'auteur, les atteintes à la vie privée, la diffamation

2016 www.coactiveteam.com

**21**

## VIE PRIVEE ET VIE PROFESSIONNELLE

- BIEN différencier les comptes privés et professionnels
- Ajuster ses paramètres de confidentialité
- Attention à ce qui est publié à titre personnel, cela laissera des traces du côté professionnel
- Utiliser des pseudos pour le côté privé

2016 www.coactiveteam.com

**22**

## METHODES ET OUTILS DE VEILLE

2016 www.coactiveteam.com

23

## SE CRÉER UNE IDENTITE NUMERIQUE

Vous ne pouvez pas **CONTRÔLER** votre e-réputation mais vous pouvez **MAITRISER** votre identité numérique

- Assurez-vous de la **COHÉRENCE** de vos informations personnelles
- Mettre votre profil à jour **RÉGULIÈREMENT**
- Suivre l'actualité de votre réseau
- **RÉPONDRE** aux sollicitations,
- Alimenter votre blog en **PARTAGEANT** votre expertise
- **PARTICIPER** à des groupes de discussions (hubs)
- Veillez à l'**ACCÈS** aux éléments de votre vie privée

2016 www.coactiveteam.com

24

## VEILLE

- Les outils de veille permettent :
  - ✓ de visualiser quelle est la part de votre communication sur les retombées du web.
  - ✓ De réagir rapidement en cas de bonnes ou mauvaises retombées
- Outils:
  - ✓ **Google Alerts** : envoie un mail dès qu'on parle de vous sur les sites et les blogs
  - ✓ **Omgili** : moteur de recherche avec mot clé qui vérifie sur les articles de blogs, médias d'actualité ou forums
  - ✓ **WebMii** : indique votre score de visibilité sur les réseaux sociaux et sur internet
  - ✓ **Synthesio**: remonte tous les résultats du web, alerte en temps réel

2016 www.coactiveteam.com

25

## EFFACER SES TRACES

- Demander la suppression des contenus
- Créez du contenu positif pour noyer le négatif
- Outils:
  - ✓ **Deleteyouraccount** : bible des modes d'emploi pour effacer ou supprimer un compte
  - ✓ **Suicidemachine** : suicide numérique pour disparaître des principaux réseaux sociaux

2016 www.coactiveteam.com

26

## SITUATIONS DE CRISE PROFESSIONNELLE

- Une crise : évènement provoqué par un incident, qui attire l'attention des médias et du public de manière négative .
- LA RÉPUTATION DE L'ENTREPRISE EST FORCÉMENT ENGAGÉE
- Les internautes consultent les avis laissés sur le web : 88% des acheteurs se fient aux avis clients

2016 www.coactiveteam.com

27

## INTERVENTIONS CLASSIQUES

### ACCEPTER LA CRITIQUE

- Lire calmement l'avis/commentaire négatif
- Comprendre l'origine . Est-ce légitime ?
- Répondre immédiatement après en avoir eu connaissance et ne pas les effacer
- Assurez-vous d'apporter une REPONSE INDIRECTE plutôt qu'une REPONSE PUBLIQUE
- Utiliser des arguments positifs sans dénigrer l'internaute des données chiffrées ou des exemples précis
- Rester cordial et convaincant avec le client
- Apprendre à s'excuser

ON NE SE DÉFAIT PAS D'UNE MAUVAISE E-RÉPUTATION COMME ON DÉFAIT UN SIMPLE NOEUD.

2016 www.coactiveteam.com

28

## INTERVENTIONS JURIDIQUES

- Faire établir la faute réelle par un huissier de justice
- Recours a un avocat
- Déposer plainte
- Saisie du tribunal compétent en la matière

2016 www.coactiveteam.com

29

## SITUATIONS DE CRISE PERSONNELLE

- Atteinte à la vie privée, à l'image, à la réputation, discrimination, usurpation d'identité ...
- Quels recours ?
  - ✓ La CNIL : Pour des propos fallacieux erronés, dénigrant, diffamant ...
  - ✓ Les tribunaux : pour faire appliquer des sanctions pénales et pécuniaires

2016 www.coactiveteam.com

30

## CONSEILS

- **ANTICIPER** et avoir les **BONS REFLEXES**
- En amont, effectuer un diagnostic des zones sensibles
- Faire une veille quotidienne sur le web, les réseaux sociaux, les médias traditionnels ...
- Etre **RAPIDE** dans la réponse apportée : 4h ou 2h pour les cas les plus problématiques
- Eviter les sujets qui fâchent
- Une bonne e-réputation permet un meilleur **RÉFÉRENCIEMENT NATUREL**
- Etre à l'écoute et tenir compte de l'avis des clients
- **ETRE TRANSPARENT** pour dissiper toute incompréhension et prouver votre honnêteté

2016 www.coactiveteam.com

31



2016 www.coactiveteam.com

32