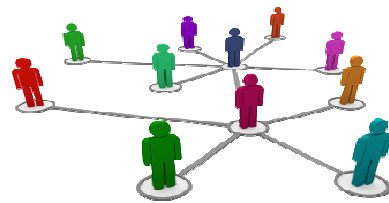




« WEB ET RÉSEAUX SOCIAUX »



WEB 2.0

- ▶ « **Web 2.0** » désigne l'ensemble des techniques.
- ▶ Épuré, tendance
- ▶ Facile
- ▶ Connexion
- ▶ Le RSS
- ▶ Le social
- ▶ Les blogs

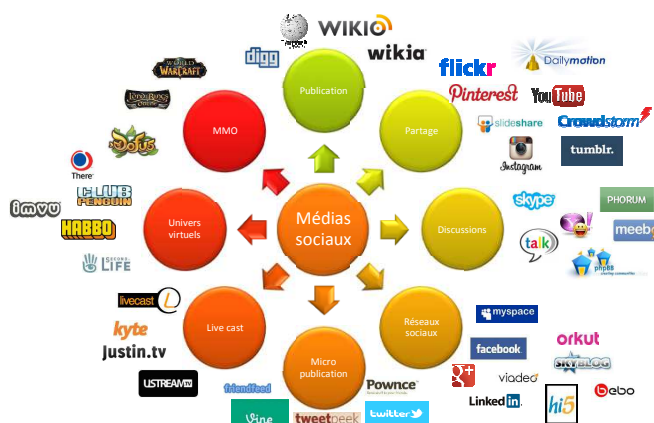


DÉFINITION ET IMPORTANCE DES RÉSEAUX SOCIAUX

- Un réseau social est un ensemble d'identités sociales, telles que des individus ou des organisations, reliées entre elles par des liens créés lors d'interactions sociales.
- Les réseaux sociaux sont un plus pour votre référencement et apporte un trafic considérable à votre site.



SPHÈRES SOCIALES SUR LE WEB





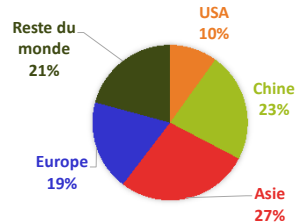
PAS DE STRATÉGIE SANS CONNAISSANCE DES CHIFFRES
ET DE LA SITUATION DES RÉSEAUX.



INTERNET & TÉLÉPHONIE

- ▶ 1995 → 35 millions d'utilisateurs soit 0,6% de la population mondiale
- ▶ 2014 → 2,8 milliards d'utilisateurs soit 39% de la population mondiale

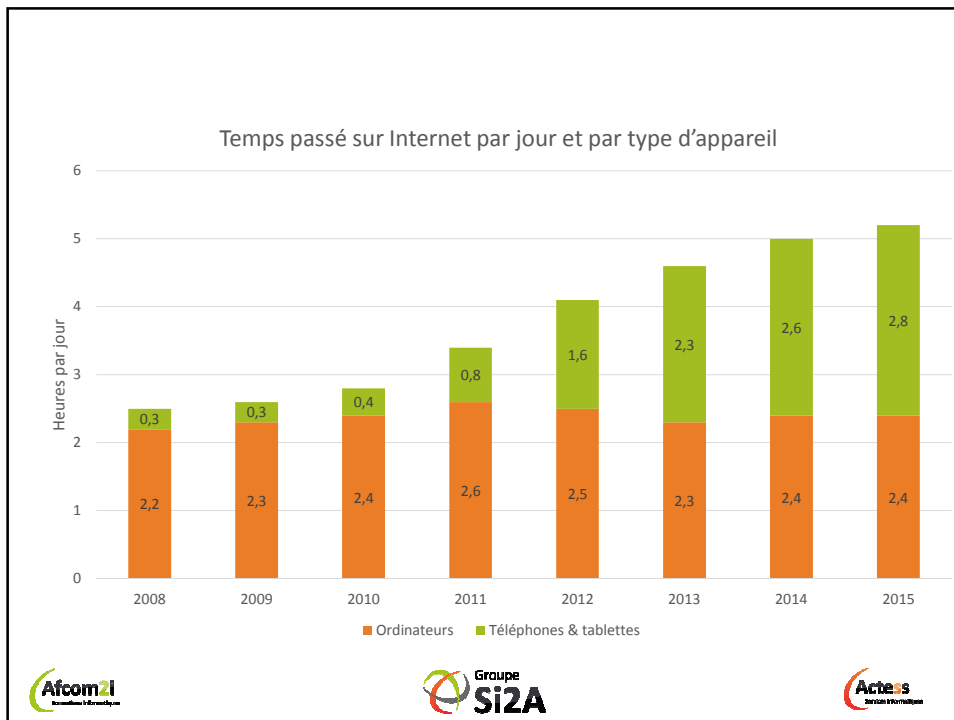
UTILISATEURS D'INTERNET



- ▶ 1995 → 1% de la population mondiale équipe de téléphone mobile
- ▶ 2014 → 73% de la population mondiale équipe de téléphone mobile (5,2 milliards d'utilisateurs)

UTILISATEURS TÉLÉPHONES MOBILES





TOP 6 DES SITES VISITÉS DANS LE MONDE

- ▶ Google
- ▶ Facebook
- ▶ YouTube
- ▶ Yahoo!
- ▶ Baidu (moteur de recherche chinois)
- ▶ Wikipédia

**6 sites internet
avec un réseau
social sont dans les
15 premières
places !**

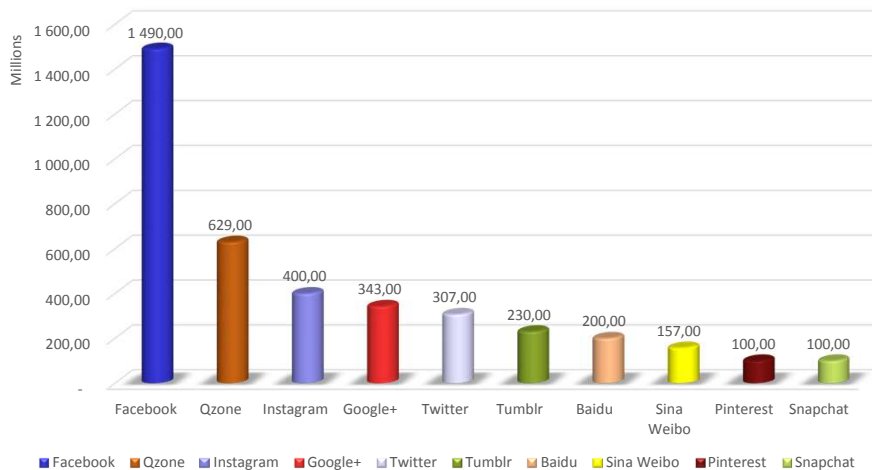
Logos: Afcom21, Groupe SiZA, Amcena, Actes

NOTORIÉTÉ DES RÉSEAUX SOCIAUX



CHIFFRES CLÉS

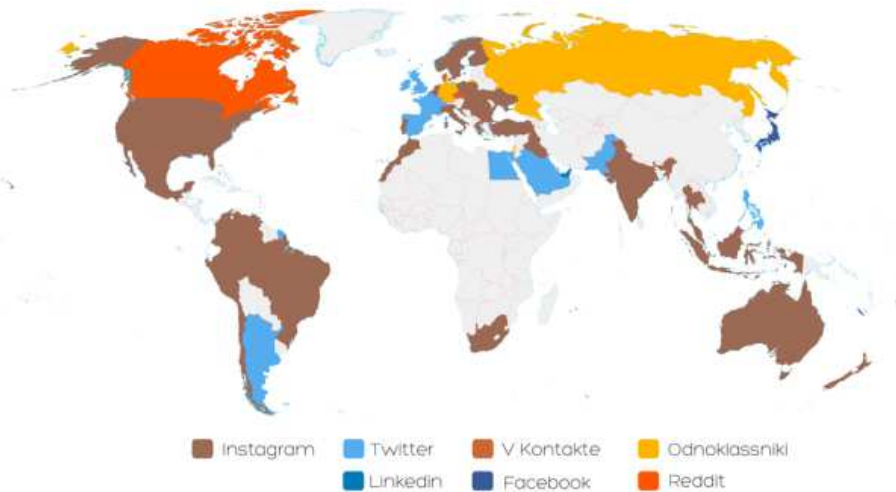
Nombre d'inscrits sur les réseaux sociaux dans le monde



RÉSEAUX SOCIAUX CLASSÉS NUMÉROS UN PAR PAYS



RÉSEAUX SOCIAUX CLASSÉS NUMÉROS DEUX PAR PAYS



LES RÉSEAUX SOCIAUX EN FRANCE

- ▶ 32 millions d'internautes se sont connectés au moins une fois à un réseau social soit 72,6% des internautes français.
- ▶ Facebook est toujours le réseau le plus utilisé en France.
- ▶ 86,4% des 15-24 ans ont visité au moins un réseau social au cours des derniers mois.
- ▶ 73,1% des 35-49 ans ont visité au moins un réseau social.
- ▶ 61,2% des 50 ans et plus se sont connectés à au moins un réseau dans les derniers mois.



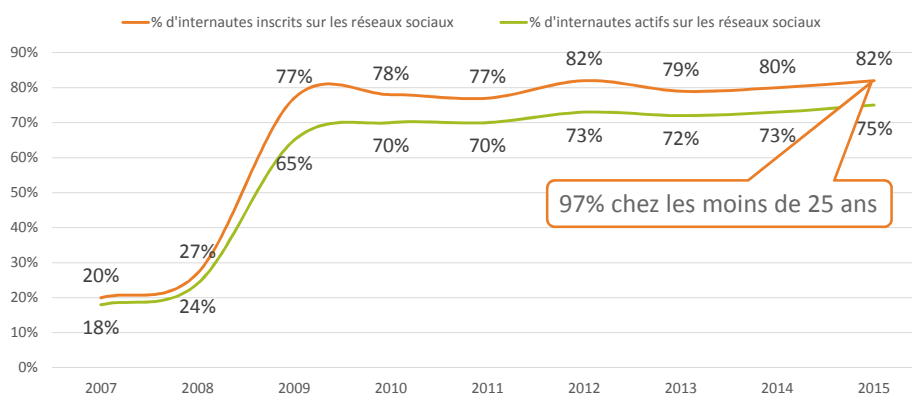
- ▶ Les différences selon les générations se font en termes de réseaux visités et d'écrans utilisés.
- ▶ Les 15-24 ans utilisent principalement leur mobile et utilisent de plus en plus Snapchat. 1/3 d'entre eux l'ont utilisé dans les derniers mois.
- ▶ Les jeunes actifs 25-34 ans ont une utilisation plus professionnelle : c'est la tranche d'âge la plus connectée à Twitter, LinkedIn et Viadeo.
- ▶ Les 35 ans et plus préfèrent le desktop au mobile et sont bien présents sur... Copains d'avant.
- ▶ Les 50 ans et plus sont de plus en plus nombreux sur Facebook. 1 sur 2 l'a utilisé lors des derniers mois.



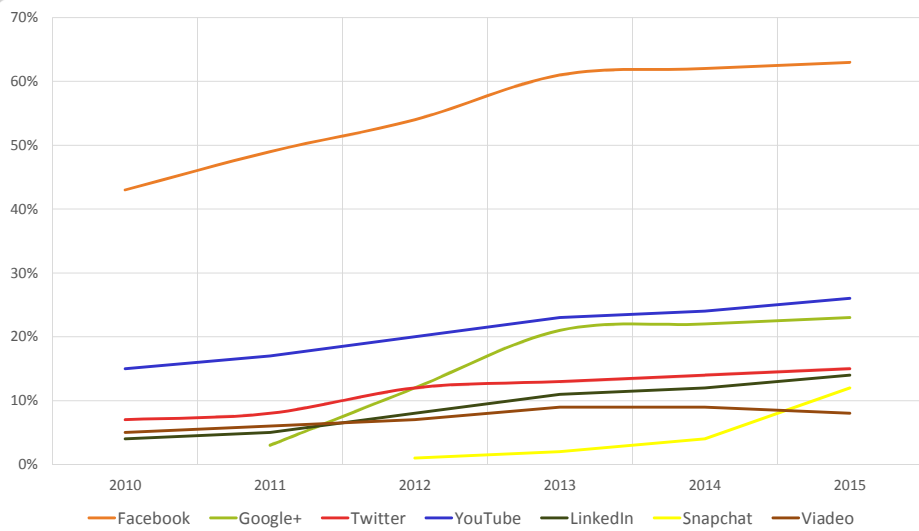
INSCRIPTIONS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



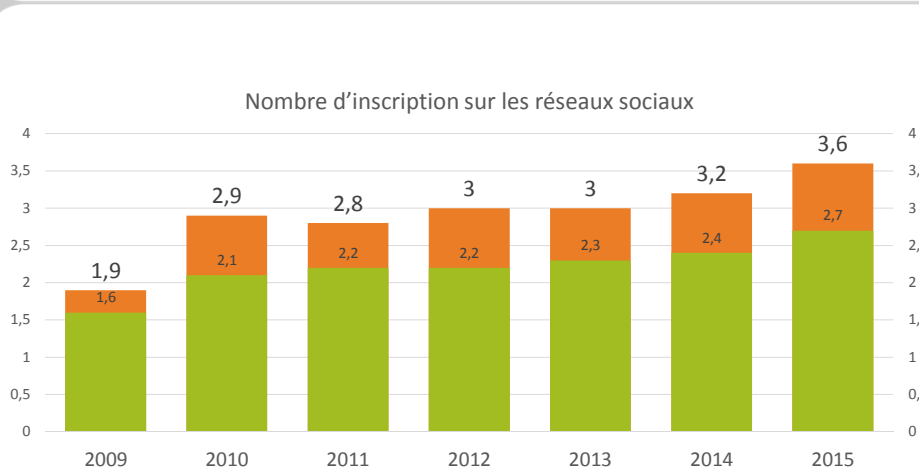
INSCRIPTIONS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



ÉVOLUTION DE L'APPARTENANCE AUX PRINCIPAUX RÉSEAUX



INSCRIPTIONS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



LES RÉSEAUX SOCIAUX ONT-ILS UN GENRE ?

Facebook



■ Hommes ■ Femmes

Twitter



■ Hommes ■ Femmes

Google+



■ Hommes ■ Femmes

Linked In



■ Hommes ■ Femmes



FRÉQUENCE DE CONNEXION SELON LE NOMBRE D'INSCRITS

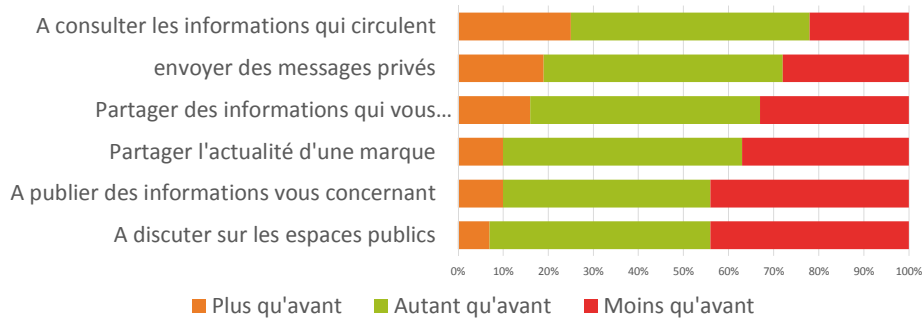


UN MOINDRE ENGAGEMENT



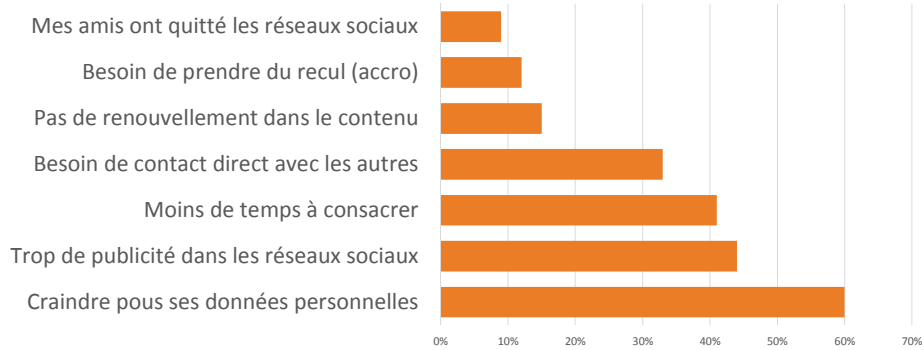
ÉVOLUTION DU TEMPS CONSACRÉ AUX RÉSEAUX SOCIAUX

Question : consacrez vous plus, moins ou autant de temps sur les différentes activités des réseaux sociaux



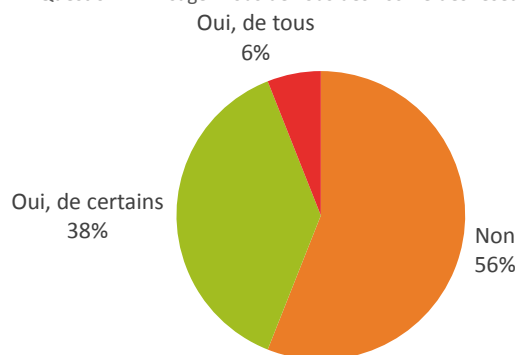
RAISONS DE LA BAISSÉ DU TEMPS PASSÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Question : Pour quelles raisons consacrez vous moins de temps aux réseaux sociaux ?

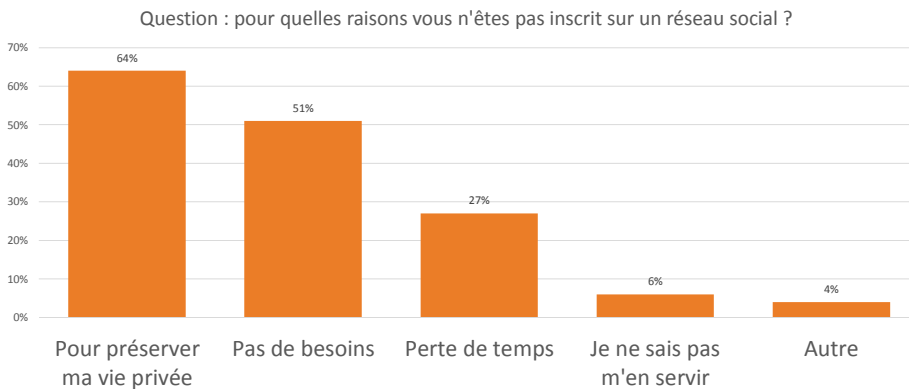


INTENTION DE SE DÉSINSCRIRE DES RÉSEAUX SOCIAUX

Question : Envisagez-vous de vous désinscrire des réseaux sociaux ?



RAISONS DE NON-INSCRIPTION À UN RÉSEAU SOCIAL



MOINDRE ENGAGEMENT

- ▶ Les réseaux sociaux semblent de moins en moins utilisés par les internautes français comme un lieu d'exposition ou de partage de leur vie privée et leurs opinions personnelles. Ces réseaux semblent davantage être des espaces d'observation plus que de production et de diffusion
- ▶ Ce **moindre engagement** peut s'expliquer par différentes hypothèses.
 - ▶ En premier lieu, la **question de la gestion des données** sur Internet est au centre des préoccupations actuelles (scandale Prisme, possibilité d'effacer ses données, etc.)
 - ▶ La **présence trop importante de la publicité sur ces sites** est la deuxième cause invoquée.
 - ▶ La **question de la valeur d'usage des réseaux sociaux mérite enfin d'être posée**
- ▶ Cependant, ce besoin de déconnexion ponctuelle ne s'inscrit pas dans un retour au monde «d'avant», jusqu'à la désinscription définitive.



Y-A-T-IL DANGER ?

- ▶ **Ce n'est pas le réseau social en lui-même qui est dangereux, c'est l'utilisation que l'on en a.**
- ▶ Il ne faut pas avoir peur, mais faites attention aux données que vous partagez et avec qui vous les partagez.
- ▶ Il est essentiel d'avoir une bonne utilisation de ces réseaux pour ne pas avoir de mauvaises surprises, qui parfois peuvent coûter très cher.



BEUCOUP DE RÉSEAUX...

LEQUEL CHOISIR ?

facebook

Google+

viadeo

You Tube

Linked in

twitter



75% DES JOURNALISTES



déclarent utiliser les **BLOGS** pour trouver des idées
d'articles ou les étayer par des **exemples concrets**



600 000 messages **quotidiens** échangés et
répétés sur **Twitter**
contiennent **une information**
concernant **une marque ou une entreprise**





47%

De ces mêmes
professionnels du marketing
citent le **blog** comme outil
le plus efficace
pour renforcer le lien avec les
réseaux sociaux



48%

Des **professionnels**
du **marketing** déclarent avoir
mesuré une
influence des médias sociaux
sur la **réputation** de leur
marque



LES CLIENTS SONT EMOTIONNELLEMENT ATTACHES A UNE MARQUE !

► 58% suivent l'actualité d'une marque ou d'un produit

- 55% habillement
- 47% multimédia
- 45% hygiène et beauté
- 32% loisirs
- 31% maisons
- 30% luxe

► 81% des moins de 25 ans suivent les actualités des marques de sport, des jeux et écoles



COMPORTEMENT

► En moyenne chaque utilisateur possède 59 contact par plateforme sociale

- 163 pour Facebook
- 86 pour Tweeter
- 80 pour Instagram
- 65 pour Snapchat

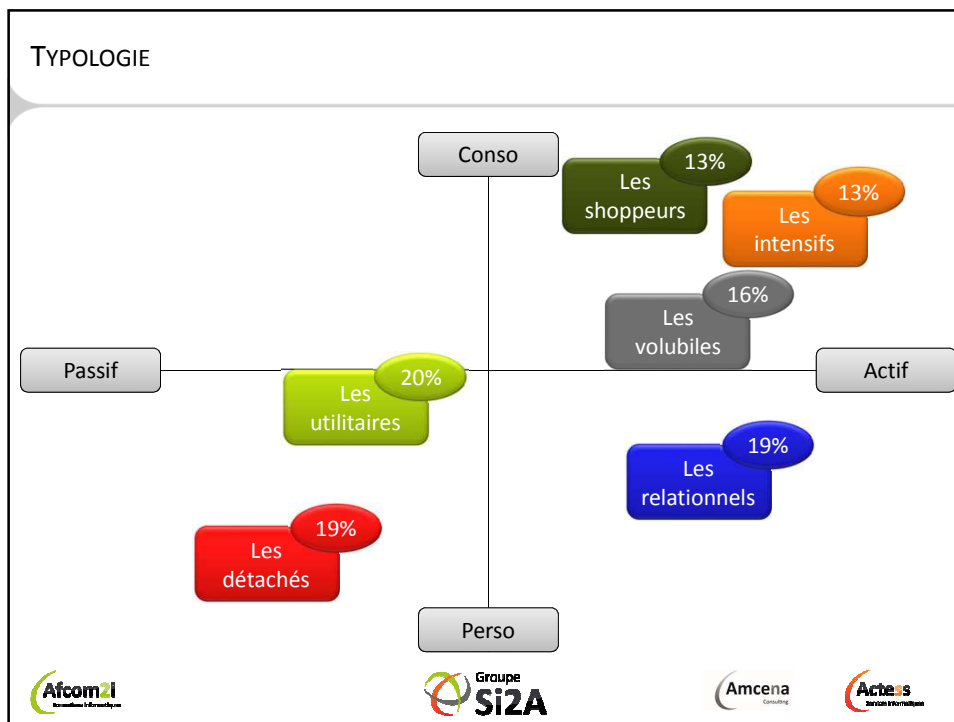
► 68% des personnes ont publié lors du dernier mois, 70% ont commenté

► 82% regardent des vidéos postées

► 68% postent des photos

► 32% commentent en direct un programme TV





QUEL SUJET APPORTE DU TRAFIC ?

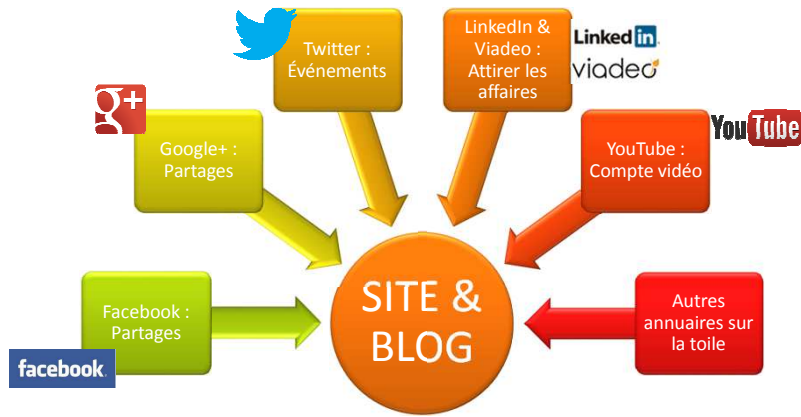
► Les internautes suivent principalement l'actualité :

- des artistes musicaux 34%
- des nouveaux films 32%
- des marques 27%
- des acteurs 23%
- des personnes politiques 20%
- des animateurs radio ou TV 17%
- des écrivains 16%

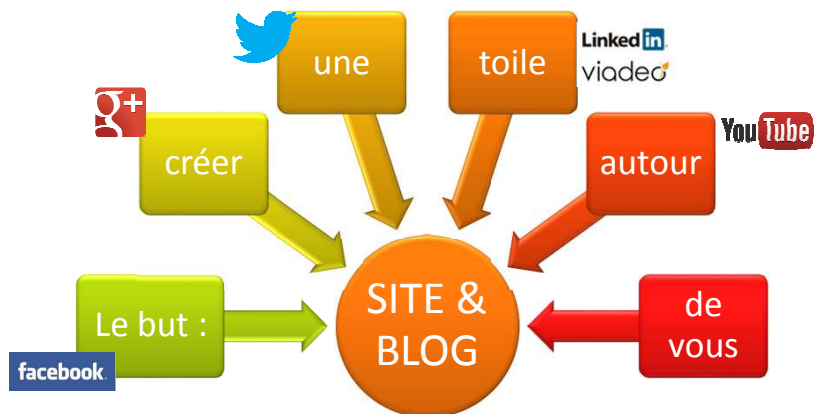
Enfinement ce sont les **peoples et les médias** qui **génèrent le plus de trafic**

Logos : Afcom2i, Groupe SiZA, Amcena Consulting, Actes Services Performance.

QUELS RÉSEAUX AUTOUR DE SON SITE ? L'IDÉAL



QUELS RÉSEAUX AUTOUR DE SON SITE ? L'IDÉAL



VOTRE E-RÉPUTATION

► Le meilleur moyen de gérer votre e-réputation et votre image sur Internet est

d'être présent au bon endroit
avec les bons outils !



VOS BESOINS

Du temps et

► Un minimum de connaissances sur Internet

- Une connaissance en rédaction est un +
- Une connaissance en retouche de photos est un +
- Une connaissance en montage vidéo est un +
- Une formation à l'utilisation des réseaux est un +



UN SITE STATIQUE OU UN SITE DYNAMIQUE ?

- ▶ Le site statique, avantages et inconvénients
- ▶ Le site dynamique, avantages et inconvénients

Au bilan, un **site statique** est **plus simple** mais **figé**

alors qu'un **site dynamique** est **évolutif** mais nécessite plus de **temps de mise à jour**



UN BLOG ? L'INTÉRÊT ?

▶ Une Plateforme : Avantages et inconvénients

- ▶ Centerblog : 3,3 millions 5ème
- ▶ Skyrock : 6 millions 4ème
- ▶ CanalBlog : 6,1 millions 3ème
- ▶ Blogger : 9,1 millions 2ème
- ▶ Overblog : 10,7 millions 1er
- ▶ Autre : hautefort

▶ Un programme hébergé par vous :

- ▶ WordPress
- ▶ Joomla
- ▶ Movable
- ▶ Dotclear



EXEMPLE : WWW.FORMATION74.COM



FACEBOOK

- ▶ 1,5 milliard d'utilisateurs dont **30 millions** en France
- ▶ 1,3 milliard d'utilisateurs mobiles
- ▶ 1 milliard d'actifs **chaque jour** dont **20 millions en France**
- ▶ Temps passé sur Facebook : **6h45 par mois** en moyenne dont 40% sur le « mur »
- ▶ Le compte physique (importance de la personnalisation et de la configuration)
 - ▶ Confidentialité, journal et identification, blocage...
- ▶ Une page Facebook
- ▶ Un Groupe
- ▶ Quels sont les types d'amis ?
- ▶ Désactiver son compte dans sécurité !



FACEBOOK EN CHIFFRES

- ▶ 46% des membres se rendent sur Facebook pendant leur shopping, 47% pendant qu'ils préparent à manger, 48% pendant le sport.
- ▶ 1,8 million de Likes distribués chaque minute soit 4,5 milliards chaque jour
- ▶ 10 milliards de messages envoyés chaque jour
- ▶ 50 millions de pages fan dont 70% d'inactives (moins d'une publication mensuelle)
- ▶ 89 pages fan likées par utilisateur en moyenne
- ▶ 150 milliards de connexions entre amis
- ▶ 350 millions de photos ajoutées chaque jour pour un total de 240 milliards
- ▶ Au réveil, 48% des 18-34 se connectent sur Facebook
- ▶ Âge moyen des utilisateurs : 22 ans
- ▶ Nombre d'amis moyen en France : 177 (dans le Monde : 338)
- ▶ Pages Facebook les plus populaires en France :
 - ▶ Coca-Cola (3,29 millions de fans locaux)
 - ▶ Oasis Be Fruit (2,79 millions)
 - ▶ M&M's France (2,60 millions)
 - ▶ Nutella (2,38 millions)
 - ▶ Red Bull (2,23 millions)



INSCRIPTION SUR FACEBOOK

- ▶ <https://www.facebook.com>
- ▶ Remplir les informations demandées
- ▶ Récupère si besoin ses contacts
- ▶ Ajoute une photo au profil



PARAMÈTRES DU COMPTE FACEBOOK

Paramètres de sécurité

- Alertes de connexion** : Recevez une alerte quand quelqu'un se connecte à votre compte à partir d'un nouveau navigateur.
- Approbations de connexion** : Utilisez votre téléphone comme moyen de sécurité supplémentaire afin que les personnes de se connecter à votre compte.
- Générateur de code** : Utilisez l'application Facebook pour obtenir des codes de sécurité hors ligne.
- Mots de passe d'application** : Utilisez des mots de passe spéciaux pour vous connecter à vos applications de tiers.
- Contacts de confiance** : Choisissez des amis que vous pouvez appeler pour vous aider à récupérer votre compte si vous ne pouvez plus y accéder.
- Vos navigateurs et applications** : Vérifiez quels navigateurs vous avez enregistrés comme navigateurs de connexion.
- Où vous êtes connecté(e)** : Examinez et gérez où vous êtes actuellement connecté à Facebook.
- Contact légitime** : Choisissez un membre de votre famille ou un ami proche pour prendre en charge votre compte si vous n'êtes plus là.
- Désactiver votre compte** : Choisissez si vous voulez garder votre compte actif ou le désactiver.

- ▶ Liste des actions du compte
- ▶ Paramètres
- ▶ Renseigner ou modifier les paramètres
 - ▶ Généraux
 - ▶ Sécurité
 - ▶ Confidentialité
 - ▶ Journaux
 - ▶ Blocage
 - ▶ ...



CRÉER ET PARAMÉTRER UNE PAGE FACEBOOK

Lieu ou commerce local

Choisissez une catégorie

Nom de l'entreprise ou du lieu

Adresse

Ville

Code postal

Téléphone

En cliquant sur **Déposer**, vous acceptez les conditions d'utilisation des Pages Facebook.

Déposer

Entreprise, organisme ou institution

Choisissez une catégorie

Nom de l'entreprise

En cliquant sur **Déposer**, vous acceptez les conditions d'utilisation des Pages Facebook.

Déposer

Marque ou produit

Choisissez une catégorie

Nom de la marque ou du produit

En cliquant sur **Déposer**, vous acceptez les conditions d'utilisation des Pages Facebook.

Déposer

Page | Messages | Notifications | Statistiques | Outils de publication | Paramètres | Aide

Général

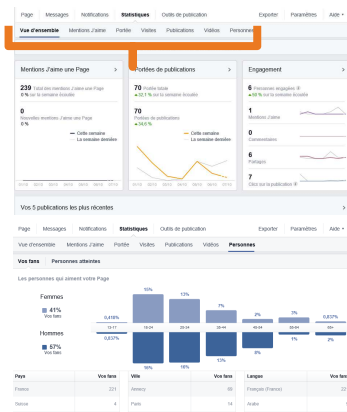
- Messagerie
- Informations sur la Page
- Atribution des publications
- Notifications
- Rôles de la Page
- Applications
- Publicités Instagram
- À la une
- Personnes et autres Pages
- Assistance sur les Pages
- Historique personnel

Paramètres

- Favoris** : Page non approuvée aux favoris. **Modifier**
- Visibilité de la Page** : Page publique. **Modifier**
- Publications des visiteurs** : Choisissez qui peut publier sur le journal de votre Page. **Modifier**
- Audience du fil d'actualité et visibilité des publications** : La possibilité d'afficher l'audience potentielle de fil d'actualité et de limiter la visibilité de vos publications est désactivée. **Modifier**
- Publications avec expiration** : La possibilité de diffuser des publications avec expiration est désactivée pour ma Page. **Modifier**
- Messages** : Les gens peuvent contacter ma Page en privé. **Modifier**
- Possibilité d'identification** : Seules les personnes gérant ma Page peuvent y identifier des photos. **Modifier**
- Restrictions liées au pays** : La Page est visible pour tous. **Modifier**
- Restrictions liées à l'âge** : La Page est visible pour tous. **Modifier**
- Modération de la Page** : Aucun mot n'est bloqué sur ma Page. **Modifier**
- Filtre à rejeter** : Désactivé. **Modifier**
- Suggestions de Pages similaires** : Choisissez si votre Page est recommandée à des tiers ou non par défaut. **Modifier**
- Classement des commentaires** : Les commentaires les plus pertinents sont affichés sur ma Page par défaut. **Modifier**
- Fusionner les Pages** : Fusionner les Pages en double. **Modifier**
- Supprimer la page** : Supprimez votre Page. **Modifier**



VISUALISER LES STATISTIQUES ET CRÉER UNE PUBLICITÉ



The screenshot shows the 'Créer une campagne publicitaire' (Create advertising campaign) interface. It includes sections for:

- Objectif de la campagne:** Options like 'Générer du trafic', 'Générer des conversions', etc.
- Public cible:** Targeting options like 'Personnes qui ont visité votre site web'.
- Budget et durée:** Fields for budget and campaign duration.

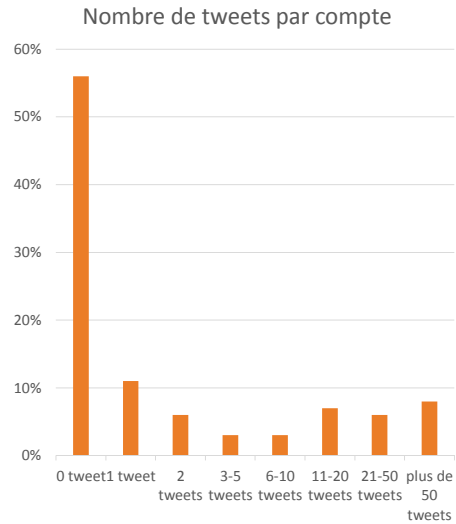


TWITTER

- ▶ 307 millions d'utilisateurs
- ▶ « microblogging »
- ▶ 4,5 millions d'utilisateurs en France
- ▶ 80% des accès via un mobile
- ▶ Nombre d'Abonnements et d'Abonnés
- ▶ L'utilisation de @ - (permet de faire savoir à son destinataire que vous lui adressez un message.)
- ▶ L'utilisation de #
- ▶ L'utilisation de RT ou Retweet (message déjà publié par une première personne et republié par une autre personne.)
- ▶ Nouveauté pages statistiques



- ▶ 61% ont moins de 35 ans
- ▶ 55% d'hommes
- ▶ **33% vivent en Ile de France**
- ▶ 19% de cadres supérieurs
- ▶ **Age moyen 22 ans**
- ▶ 72% des tweets sont partagés dans Facebook



GOOGLE+

- ▶ 1,15 milliards d'utilisateurs dans le monde dont 359 millions actifs
- ▶ 6 minutes et 47 secondes passées par mois
- ▶ «Cercles d'amis»
- ▶ Bouton +1 (j'aime de Facebook)
- ▶ Tchat (ajout adresse email de son « amis » pour l'utilisation)
- ▶ La fonction « communautés »
- ▶ Page Rank amélioré avec Google+



- Google conseille aux marques de publier du contenu original et pertinent, souvent et régulièrement, de le mettre en forme, de penser « visuel » en ajoutant des images et des vidéos pour améliorer l'engagement, de personnaliser les messages, d'être ouvert et honnêtes, de cibler correctement en partageant qu'avec certains groupes quand c'est pertinent, de mentionner les personnes et les pages (grâce au signe « + »), d'utiliser les hashtags (grâce au signe « # ») et d'expérimenter.



GOOGLE ET LE WEB

- 90,35% de part de marché mondial
- **95,46 % pour la France**
- 30 000 milliards de pages indexées
- 3,3 milliards de recherches par jour
- Serveurs (2 millions d'ordinateurs)
- 216 produits proposés : Android, YouTube, Analytics, Gmail, Google drive,...

la publicité représente 97% du chiffre d'affaires de Google

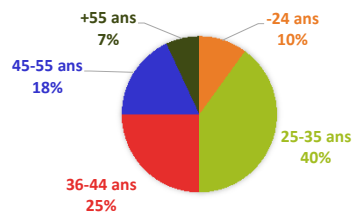


VIADÉO – « RÉSEAU PRO »

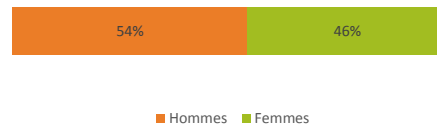
- 65 millions d'utilisateurs dans le monde, dont **10 millions en France**

viadeo

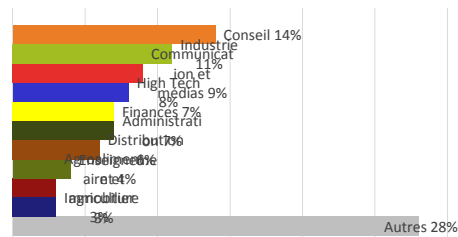
RÉPARTITION PAR CLASSE D'ÂGE



Répartition par genre



Répartition par secteur d'activité



LINKEDIN – « RÉSEAU PRO »

- LinkedIn compte 380 millions d'utilisateurs, **10 millions en France**
- Moyenne d'Age 44 ans
- **35% des inscrits sont actifs au quotidien**
- Plus de recruteurs que de candidats...
- 36% des inscrits estiment que LinkedIn est très important dans le développement de leur réseau
- Au coude à coude avec Viadeo en France.
- 18% des membres ont un compte Premium
- 25% des utilisateurs ont entre 500 et 999 contacts
- 43% des utilisateurs passent moins de 2 heures par semaine sur LinkedIn
- La fonctionnalité préférée des membres est celle qui permet de savoir qui a vu son profil
- Les autres réseaux sociaux utilisés par les utilisateurs LinkedIn pour construire leur réseau professionnel sont Facebook (71%), Twitter (61%) et Google+ (41%)

LinkedIn



LINKEDIN EN CHIFFRES

► Les secteurs d'activités les plus représentés sur LinkedIn

- 1. Secteur Public
- 2. Technologie de l'information
- 3. Distribution
- 4. Banque
- 5. Construction

► Les villes les plus représentées sur LinkedIn

- 1. Paris
- 2. Lyon
- 3. Marseille
- 4. Lille
- 5. Toulouse

► Les secteurs d'activités ayant connu la plus forte progression en matière de recrutement sur LinkedIn

- 1. Administration scolaire et universitaire
- 2. Enseignement supérieur
- 3. Conseil en management
- 4. Internet
- 5. Ressources Humaines

► Les écoles et les universités les plus représentées sur LinkedIn

- 1. Université Panthéon Sorbonne
- 2. Conservatoire National des Arts et Métiers
- 3. Université Paris Dauphine
- 4. HEC Paris
- 5. ESSEC Business School



INSTAGRAM

- 300 millions d'inscrits
- **70% de connexions quotidiennes**
- 70 millions de photos partagées chaque jour



YOU TUBE

- ▶ 100h de vidéos sont uploadées chaque minute !
- ▶ 1 milliard d'utilisateurs
- ▶ 1000 milliards de vues en 2011
- ▶ 4 milliards de vues quotidiennes dont 25% sur appareil mobile
- ▶ **4 millions de visiteurs uniques par jour en France**
- ▶ Le montage en ligne !



PINTEREST

- ▶ 100 millions d'utilisateurs
- ▶ 85% de femmes
- ▶ 30% des utilisateurs ont entre 25 et 34 ans



SNAPCHAT

- ▶ Partage de photo et vidéo
- ▶ 100 millions d'utilisateurs actifs mensuels
- ▶ 65% de femmes
- ▶ 71% des utilisateurs ont moins de 25 ans
- ▶ Autodestruction du contenu au bout de 10 s



COPAINS D'AVANT

- ▶ Il permet aux participants de retrouver d'anciens camarades qui ont partagé leur scolarité (à l'école primaire, au collège, au lycée et dans les cursus universitaires), ainsi que leurs activités associatives et professionnelles (entreprises, administrations).
- ▶ Intérêt ?

Copainsdavant.com
LINTERA@UTE

Comment ça marche ?

Avec Copains d'avant, retrouvez des anciens élèves perdus de vue et partagez vos photos de classe. Découvrez ce que sont devenus vos anciens amis et reprenez contact ! Votre adresse e-mail ne sera jamais révélée sur le site.

Copains d'avant c'est :
- 5 millions de membres
- 1 million de photos souvenirs
- une inscription gratuite et rapide: cliquez sur la carte !

[S'inscrire gratuitement](#)

Copainsdavant.com




QUELLE STRATÉGIE DE RÉDACTION ?

- ▶ **Pas de raccourci** : prendre son temps, choix de visuels, textes
- ▶ **Contribuer**
- ▶ **Se positionner en expert** : être crédible !
- ▶ **Des conversations constructives et variées**
- ▶ **De la qualité mais pas nécessairement de quantité !**
- ▶ **NO SPAM**
- ▶ **NO CONFLIT**



RÉDIGER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- ▶ **Soyez bref**, plus c'est long = plus c'est mauvais et moins c'est lu
- ▶ **Trop de pub !**
- ▶ **Photos et vidéos**
- ▶ **Principalement des liens**
- ▶ **Le bon moment** : Les messages du mur écrits à 20 heures -7 heures ont un taux d'engagement plus élevés de 20%. 
- ▶ **Répondez / Participez / Informez / un peu de décalé pour le « buzz »**
- ▶ **Combien ?** Un Facebook : 3 à 4 articles/Semaine



MEILLEURS MOMENTS POUR POSTER

► Facebook

- En semaine avec un pic les jeudis et vendredis
- Pics les lundi pour le sport et les vendredi pour les restaurants et loisirs
- 13h Pour obtenir des partages, 15h pour obtenir des clics, Sinon entre 9h et 19h

► Google +

- En semaine en fin de matinée

► Tweeter

- Du lundi au vendredi pour des relations Business to Business
- Les mercredi, samedi et dimanche relations Business to Customer
- Meilleure audience entre 12h et 19h
- Visibilité augmentée pendant les pause et les transports

► LinkedIn

- Mardi, mercredi et jeudi
- Le matin entre 8h et 11h
- En fin d'après-midi entre 17h et 18h

► Pinterest

- 20h – 23h
- Le vendredi après-midi (15h) pour la mode

► Instagram

- Toute la semaine en fin d'après midi



ASPECT JURIDIQUE

- Contrairement aux idées reçues, il n'y a pas de vide juridique. Les lois Hadopi et pour la confiance dans l'économie numérique ainsi que les lois de droit commun s'appliquent.
 - Autre règle non écrite appliquée → Net étiquette
- Pour les sites, le webmaster est responsable des contenus. C'est pour cela que les mentions légales, CGU, CGV et charte d'usage sont obligatoires ou recommandées
- Pour les blogs il y a droit à l'anonymat.
- Les citations sont autorisées à condition de citer l'auteur



ASPECT JURIDIQUE

- ▶ Il paraît relativement surprenant de qualifier les sociétés de partages de vidéos d'« hébergeur » et les réseaux sociaux type « Facebook » d'éditeur, tant les similarités entre les deux sites sont importantes.
- ▶ Facebook est bien un « hébergeur » cela signifie que les utilisateurs sont les seuls responsables des informations qu'ils publient sur le réseau et notamment sur leur page personnelle. Ils devront donc éventuellement répondre aux infractions qui pourraient y être commises notamment des infractions de presses qui pourraient entraîner la responsabilité pénale de l'utilisateur.
- ▶ Normalement : les pages Facebook ne peuvent être utilisées comme support pour des campagnes de promotion : pour cela les entreprises doivent utiliser des Facebook Apps



ASPECT JURIDIQUE

- ▶ Le droit de la propriété intellectuelle, y compris le droit d'auteur, s'applique à un site. Il faut prévoir la cession expresse des droits d'auteur du prestataire
- ▶ Un contenu libre de droit ne veut pas dire dans le domaine public. Ce n'est pas parce qu'une photographie, un article ou une vidéo figure dans une "base de données publique" que son utilisation et son exploitation sont également libres et sans conditions.
- ▶ Le droit à l'image prévaut sur le droit d'auteur



ASPECT JURIDIQUE

- ▶ Parmi les contentieux les plus courants, il y a d'abord les accusations de contrefaçon. Cela peut résulter de deux situations :
 - ▶ soit, les conditions d'utilisation d'une photographie, d'une image, d'une vidéo, d'une musique, d'un article, d'un logo, ne sont pas suffisamment précisées dans le contrat,
 - ▶ soit aucune autorisation n'a été recueillie auprès du titulaire des droits d'exploitation de l'un de ces éléments incorporels.
- ▶ Dans le cas où des contenus litigieux portant atteinte à la marque sont constatés sur internet, la marque peut entamer des procédures juridiques. Avant toute chose, il convient de faire constater les faits par un huissier, rompu à cette démarche protocolaire et spécifique.
 - ▶ Si cette démarche n'est pas scrupuleusement respectée, les preuves ne seront pas valides et la démarche sera déboutée.



LES CONSEILS DE LA CNIL POUR MIEUX MAÎTRISER LA PUBLICATION DE PHOTOS

- ▶ Adaptez le type de photos au site sur lequel vous les publiez (privé, public)
- ▶ Limitez l'accès aux photos que vous publiez sur les réseaux sociaux
- ▶ Réfléchissez avant de publier une photo
- ▶ Demandez l'autorisation avant de publier une photo de quelqu'un
- ▶ Utilisez avec modération les outils de "tags" (identification) de personnes et la reconnaissance faciale
- ▶ Contrôlez la manière dont vous pouvez être identifiés ("taggués") sur les photos dans lesquelles vous apparaissez et qui sont publiées sur les réseaux sociaux.
- ▶ Faites régulièrement le tri dans vos photos



CONCLUSION



CONCLUSION

- Au final, ni effet de mode, ni gadget, **les réseaux sociaux sont devenus une composante de notre société** et de notre sociabilité mais n'en sont ni le centre, ni l'unique vecteur.



CONCLUSION

- ▶ Faites le bon choix : votre pire ennemi c'est le temps
- ▶ Vous ne pouvez être partout
- ▶ Vous avez une obligation d'utilisation du réseau Facebook et de certains services de Google (au minimum).
- ▶ Pour votre veille un outil de Statistiques (Analytics)
- ▶ A venir : Compatibilité tous les supports pour votre site, les applications...



CONCLUSION

- ▶ Faites appel à des formations ou à des experts pour construire votre stratégie de communication sur la toile.
Sinon vous allez perdre beaucoup de temps.
- ▶ Planifier le temps passé sur chaque réseaux et s'y tenir !
- ▶ Surveillez ce qui se passe ! Un *mauvais* article sur vous : ce n'est pas 10 clients en moins, ce sont parfois des milliers...
- ▶ Pas d'étiquette pour votre entreprise sur ses préférences politiques ou Sociales

