

COMMISSION
NUMÉRIQUE

LA REPUTATION DE L'ELU ET DE LA COLLECTIVITE SUR INTERNET :

**Comment protéger sa e-réputation et son identité
numérique ?**



Note préparatoire de la séance du 27 janvier 2023

I INTERVENANTS

Les **Infostratèges**

Maîtriser tous les aspects de l'information pour mieux comprendre le monde

Didier Frochot, formateur en e-réputation, co-auteur de l'ouvrage « Gérer l'e-réputation de l' élu local ou de la collectivité » et cofondateur de la société « Les Infostratèges ».

Alfortville

Germain Lefranc, responsable du pôle web à la Direction de la Communication d'Alfortville (94)

.....

🕒 Le vendredi 27 janvier 2023 de 10h00 à 11h30

📍 En visioconférence

👤 **Élus référents :**

- **Eddie Aït**, maire de Carrières-sous-Poissy (78) ;
- **Dominique Turpin**, maire de Nezel (78) ;
- **Christophe Ippolito**, adjoint au maire de Nogent-sur-Marne (94)

Pour rejoindre en visioconférence, veuillez cliquer ou copier/coller le lien suivant :

Pour participer à la réunion Zoom

<https://us06web.zoom.us/j/83562858942?pwd=ajlvcTlJYksxTjIHUXNIbnh0Mit4QT09>

ID de réunion : 835 6285 8942

Code secret : 468816

En cas de problème de connexion, veuillez contacter notre hotline : 0970 711 105
ou support@frv-sense.com

.....

I OBJECTIFS

- ✓ Comprendre les enjeux de le e-réputation des acteurs publics ;
- ✓ Connaître les outils ou actions à mettre en œuvre pour maîtriser sa e-réputation et son identité numérique ;
- ✓ Echanger sur les bonnes pratiques mises en place par les élus ou les agents des collectivités territoriales

I CONTEXTE / ACTUALITÉ

Les enjeux de la réputation des acteurs publics sur internet

Être présent sur les réseaux sociaux ou sur le *web 2.0*¹ de manière plus globale est aujourd'hui quasiment indispensable pour un élu ou pour une collectivité afin de communiquer ou d'échanger sur ses actions.

La place des réseaux sociaux dans l'accès à l'information est désormais considérable, avec près de 38% des français qui déclarent utiliser les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, etc.) comme principale source d'information. **Cependant, la grande liberté d'expression permise par ces interfaces a pu laisser place à des faits plus graves pour nos institutions démocratiques** ces dernières années, avec le développement de la *mésinformation*, de la *désinformation* ou de la *malinformation*².

Ainsi, et au-delà des échanges spontanés qui peuvent s'organiser dans les espaces commentaires d'une publication d'un élu sur les réseaux sociaux de façon respectueuse, des cas plus graves ont pu se développer en parallèle, avec la prolifération d'insultes ou de menaces quasi quotidiennes.

Selon le 4^{ème} enquête du CEVIPOF et de l'AMF sur la démocratie de proximité, il ressort que **ce phénomène de violence sur les réseaux sociaux touche près d'un quart des maires**. Bien que cette donnée déclarative ne dise rien des plaintes déposées, elle confirme cependant la difficulté d'un dialogue apaisé avec une partie des administrés sur les réseaux, nuisant par ce fait à la réputation d'une institution ou d'un élu.

Tel fut par exemple le cas en fin d'année 2022 pour Laurent Bonnaterre, maire de Caudebec-lès-Elbeuf (76), ayant décidé de porter plainte suite à des menaces de mort proférées sur Facebook par une habitante envers les élus du conseil municipal en raison de la fermeture d'un commerce local.

La e-réputation (ou réputation numérique) est un enjeu démocratique majeur, qui peut être comprise comme l'extension, dans l'espace numérique, de l'image qu'un tiers se fera d'une entité à partir des éléments qu'il aura trouvés sur le web.

De ce fait, il convient à l'élu ou à la collectivité d'être vigilant sur les informations en circulation et sur la maîtrise de son identité numérique, c'est-à-dire la somme des informations laissées, volontairement ou non, sur internet à son propos.

¹ *Web 2.0* : dit également *Web social*, correspond à l'ensemble des interfaces permettant aux internautes d'interagir avec le contenu d'une page, ou directement entre eux (Déf : Le Monde Informatique n° 1139).

² *Désinformation* : processus conduisant à la diffusion d'une information fautive par une personne qui sait que celle-ci est fautive ; *Malinformation* : processus conduisant à la diffusion d'une information qui se fonde sur la réalité mais qui est utilisée pour porter préjudice à une personne ou à une organisation ; *Mésinformation* : processus conduisant à la diffusion d'une information qui est fautive mais dont la personne qui la diffuse pense qu'elle est vraie.

Gérer l'e-réputation de l' élu local ou de la collectivité : suivre, soigner, défendre son image sur le web

Dans son ouvrage « Gérer l'e-réputation de l' élu local ou de la collectivité » réalisé avec Fabrice Molinaro, consultant en e-réputation, Didier Frochot propose trois grandes étapes de maîtrise de son identité numérique : **(1)** l'organisation d'une veille réputationnelle, **(2)** la maîtrise des espaces de communication et **(3)** l'apprentissage, pour mieux se défendre, de ses droits en tant que citoyen et en tant que représentant des pouvoirs publics sur internet.

Suivre sa e-réputation sur le web : une étape de veille essentielle

Que ce soit pour l' élu ou pour la collectivité, il est important que les acteurs publics disposent d'un plan d'action et d'outils **pour veiller à leur image sur le web**. Les moteurs de recherche (*Google, Firefox, Qwant*), les outils d'alerte par mot-clé (*Google Alert*) ou les flux RSS (agrégateurs d'information) sont intéressants à ce titre pour retrouver rapidement du contenu relatif au nom d'une collectivité ou d'un élu.

Soigner sa e-réputation sur le web : maîtriser les espaces de communication

D'après une étude de la société CapCom, 10% de l'ensemble des collectivités locales seraient présentes sur les réseaux sociaux, avec de fortes disparités selon le média ou la région. Ainsi, 92% d'entre elles seraient présentes sur Facebook, 38% sur Twitter et seulement 18% sur Instagram. **En Ile-de-France, 80% des collectivités locales seraient présentes sur au moins un réseau social**, selon Franck Confino, consultant numérique pour le secteur public.

Chaque plateforme étant conçu différemment, les usages par les acteurs publics en sont différenciés. Sur Facebook ou Twitter par exemple, **lorsqu'un élu répond à un commentaire, « il donne une marque de confiance à la personne avec qui il échange.** [...] D'autre part, si vous lui répondez, son message remonte dans le fil d'actualité. Vous êtes donc lu davantage. » indique Franck Confino, également fondateur de [L'Observatoire socialmédia des territoires](#) .

Les pouvoirs publics s'intéressent depuis plusieurs années à leurs usages, à leur intérêt ou non d'être présent sur les réseaux, ou sur la maîtrise de leur communication. Le Service d'Information du Gouvernement (SIG) avait par exemple déjà réalisé en 2012 [un guide d'usage de Twitter à destination des préfectures](#), dont certains principes ou bonnes pratiques de communication institutionnelle numérique peuvent encore s'appliquer aujourd'hui.

Défendre sa e-réputation et la fiabilité des informations des équipements publics sur le web : l'exemple d'Alfortville et la récupération des fiches d'établissement « Google My Business »

Face à certains abus et à la diffamation, **l' élu ou la collectivité est en droit d'agir sur internet, bien qu'il s'agisse d'un processus complexe**. En effet, l' élu ou la collectivité doit pouvoir identifier le caractère diffamatoire des propos tenus, les faire constater juridiquement, identifier le ou les auteur(s) de ces propos, procéder à une demande aimable de retrait avant d'engager, potentiellement et après toutes ces étapes, une procédure judiciaire de retrait.

Bien que n'aboutissant que très rarement, l'injure publique et la diffamation restent punissables d'un an d'emprisonnement et d'amendes pouvant atteindre 12 000 € à 45 000 € si la victime représente l'autorité publique.

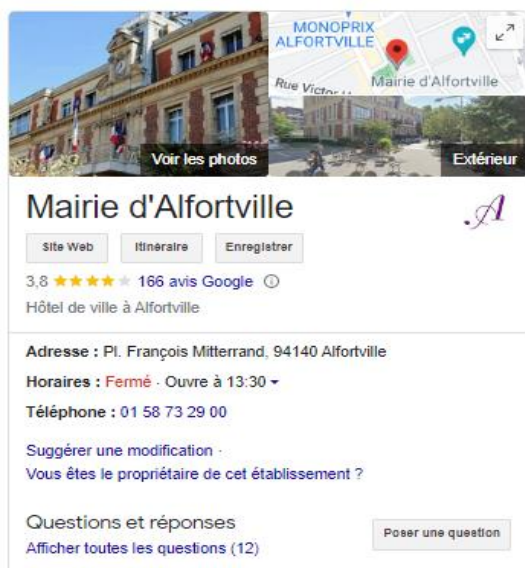


Figure 1 : exemple de fiche d'établissement « My Google Business »

Face à la désinformation, à la malinformation ou à la mésinformation, Alfortville a récemment entrepris de récupérer et d'administrer les 120 fiches établissements « My Google Business » de ses équipements municipaux, afin de pouvoir renforcer sa réputation numérique et pour répondre aux questions et avis laissés par les usagers.

En effet, le principe d'administration de ces pages est partagé entre les usagers tant que celle-ci n'a pas été réclamée. De ce fait, les horaires d'ouverture, les photos des équipements ou les numéros de téléphone sont déposés de façon collaborative par les internautes, pouvant parfois conduire à des arnaques : par exemple, le remplacement du numéro de la collectivité par un numéro surtaxé.

Cette séance proposera ainsi aux participants une méthode de gestion de leur e-réputation, développée par Didier Frochot, formateur et codirigeant de la société *Les infostratèges*. Un cas pratique vous sera ensuite présenté par un représentant de la commune d'Alfortville pour protéger numériquement vos équipements publics, par la réclamation de vos fiches d'établissement « My Google Business ».

I PROPOSITION DE DEROULE

10h00-10h05 : Introduction de la séance par **les élus référents**

10h05- 10h40 : Intervention de **Didier Frochot**, consultant et formateur en e-réputation

10h40 – 10h55 : Intervention de **Germain Lefranc**, responsable du pôle web, direction de la communication d'Alfortville (94)

10h55 – 11h25 : Temps d'échange avec les élus

11h25 – 11h30 : Conclusion de la séance par **les élus référents**