

### L'usage des réseaux sociaux et l'e-réputation

Les réseaux sociaux représentent un risque de fuite d'informations stratégiques et d'atteinte à la réputation pour l'entreprise. En effet, la réputation en ligne ne se base pas uniquement sur ce que vous dites mais sur ce qui se dit sur vous sur le web et ce qui en ressort aux yeux de tous. L'e-réputation c'est l'image que les internautes se font d'une entreprise, ou d'une marque à partir des traces que vous laissez mais qui sont aussi laissées par les autres sur vous. L'ensemble de ces traces constituent votre identité numérique. Les traces laissées par et sur les salariés sont importantes lorsqu'elles concernent les dirigeants car ils sont une composante clé d'une entreprise.

Tous les écrits, photos, vidéos ... publiés restent en permanence sur Internet à cause d'un robot qui garde en mémoire toutes les anciennes pages et versions de pages qui ont pu être publiées à un instant T. Cependant, la charte du droit à l'oubli numérique signée en octobre 2010 par plusieurs sites prévoit la non-indexation de certains contenus sur les moteurs de recherche.

#### 1) Qui fait l'e-réputation d'une entreprise ?

- L'entreprise elle-même (service communication ...)
- Les consommateurs
- Les salariés
- Les nouveaux leaders d'opinion
- Les journalistes
- Les concurrents
- Les partenaires

#### 2) Comment surveiller sa réputation sur internet ?

- Effectuer une veille régulière sur ce qui se dit sur votre entreprise ou vos produits avec <http://www.google.fr/alerts>
- <http://www.spyple.com> pour suivre la réputation d'une marque ou d'une personne
- <http://www.123people/> pour suivre votre réputation et celle de vos collaborateurs
- <http://fr.wasalive.com> trace un mot clé sur les supports du web et délivre en temps réels les sujets les plus populaires

#### 3) Les risques liés aux réseaux sociaux pour l'entreprise :

- La divulgation sur un réseau social d'informations stratégiques par un salarié
- Le dénigrement de l'entreprise par un salarié mécontent

- L'usurpation, par une personne malveillante, de l'identité d'un salarié destinée à manipuler l'information afin d'affaiblir l'entreprise
- Si un salarié se connecte à son réseau social de son poste de travail il peut provoquer l'infection du système d'information de l'entreprise par un virus via l'installation d'applications complémentaires

Il existe des sociétés dont l'objet est d'atténuer les occurrences négatives liées à la société en les déclassant dans les moteurs de recherche mais elles ne peuvent pas supprimer des contenus.

#### 4) Comment bien utiliser les réseaux sociaux

- L'entreprise peut créer une page ou un profil sur un réseau social tel que Facebook pour y véhiculer la communication qu'elle souhaite
- Lire attentivement la charte d'utilisation et de confidentialité avant toute inscription
- Utiliser les paramètres de confidentialité de manière à ne pas se faire indexer par les moteurs de recherche
- Définir une ligne de conduite conforme aux principes et à l'éthique de l'entreprise
- Ne pas publier d'informations confidentielles pour l'entreprise
- Réagir rapidement en cas de propos malveillants en contactant la direction ou l'hébergeur du site concerné
- Si les salariés sont autorisés à se connecter à leur RS, leur demander d'utiliser un mot de passe différent pour accéder au réseau social et aux applications de l'entreprise
- Ne pas utiliser les adresses de messagerie de l'entreprise

#### 5) Les cinq règles pour générer une bonne image de son entreprise :

- Sensibilisez vos salariés sur le fait que leurs agissements peuvent nuire à l'image de l'entreprise et menacer leurs emplois
- Donnez la parole à vos clients et prospects
- N'attendez pas que les autres parlent de vous
- Mettez sur l'honnêteté
- Choisissez bien vos sources et la manière dont vous allez vous impliquer
- Réagir en cas de crise : en prenant part à la conversation, en entamant des démarches juridiques, en faisant du référencement de crise

#### 6) La sensibilisation et la mobilisation de tous les collaborateurs (y compris les dirigeants)

- S'assurer que tous les collaborateurs soient sensibilisés aux enjeux de gouvernance des médias sociaux et informés de l'existence de la Charte
- Former des ambassadeurs : faire en sorte que certains collaborateurs deviennent des points de contact privilégiés de l'entreprise sur les médias sociaux et une ressource pour l'accompagnement de l'ensemble des collaborateurs sur le sujet

Les Chefs d'entreprises doivent restreindre l'usage des RS dans le cadre professionnel pour éviter la mise en ligne de contenus qui altèrent l'image de l'entreprise vis-à-vis de ses clients et les attaques par ingénierie sociale.

Les Chefs d'entreprises doivent sensibiliser les utilisateurs des réseaux professionnels type Viadeo ou Linked In qui mettent en ligne de nombreuses informations pour valoriser leur profil. En effet, les autres utilisateurs peuvent être des

concurrents qui captent ainsi de l'information sur les organigrammes des sociétés, les lancements de nouveaux produits, les rachats confidentiels et toutes sortes d'information internes aux services...

Les Chefs d'entreprise doivent intégrer des dispositions particulières dans leurs chartes réglementant l'usage des outils informatiques et encadrer l'utilisation des RS dans des chartes d'utilisation des médias sociaux spécifiques.

Les services du COSE se tiennent à la disposition des Chefs d'entreprises pour sensibiliser leurs salariés sur l'utilisation des réseaux sociaux.

Document réalisé par le Comité Opérationnel de Sécurité Économique

Contact : Corinne Marbach

Mobile : 06 07 26 17 05 ou [corinne.marbach@direccte.gouv.fr](mailto:corinne.marbach@direccte.gouv.fr)

Sources et pour en savoir plus :

- Espace numérique entreprises : <http://www.ene.fr>
- Sophos : <http://www.sophos.com>