

COMMISSION
NUMÉRIQUE

COMMENT PROTÉGER SA E-REPUTATION ET SON IDENTITÉ NUMÉRIQUE ?



Compte-rendu de la séance du *vendredi 27 janvier 2023*

I INTERVENANTS

Didier FROCHOT, consultant en e-réputation et co-auteur de l'ouvrage *Gérer l'e-réputation de l'élu local* ;

Germain LEFRANC, responsable du pôle web - direction de la communication d'Alfortville (94)



🕒 Le vendredi 27 janvier de 10h00 à 11h30

📍 En visioconférence

Élus référents :

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



I ELEMENTS DE CONTEXTE

Les enjeux de la réputation des acteurs 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 4ème enquête du CEVIPOF et de l'AMF sur la démocratie de proximité, il ressort que

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.

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.

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 préfetures, 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.

I POINTS PRINCIPAUX DES INTERVENTIONS ET ECHANGES

Les élus référents de la commission Numérique, Dominique Turpin, maire de Nézel (78), et Eddie Aït, maire de Carrières-sous-Poissy (78), ont remercié les intervenants pour leur disponibilité et les élus pour leur présence. Dans l'ère numérique, il convient pour les élus et les collectivités de parvenir à maîtriser leur réputation en ligne et également de mieux s'approprier les différents outils existants.

Intervention de Didier FROCHOT, consultant en e-réputation et co-auteur de l'ouvrage *Gérer l'e-réputation de l'élu local*

Infrostratégies est une entreprise qui aide ses clients (particuliers, entreprises ou collectivités) dans la gestion de leur e-réputation. **Cela passe par la tenue d'une veille média, de la création de contenus positifs pour occuper le terrain numérique et enfin par le « nettoyage » de leur identité numérique.** Cette opération de « nettoyage » est à distinguer de celle du « noyage » qui consiste à publier du contenu positif en masse pour diminuer le référencement des informations indésirables. En effet **« nettoyer » pour Didier Frochot consiste à supprimer les mauvaises informations numériques, directement à la source.**

La collectivité doit prendre en main la gestion de ses informations dans l'espace numérique. Il faut bien comprendre que les informations sur la collectivité circulent hors de leur seul site internet. En dehors de cet espace, **les informations peuvent être non-contrôlées voire fausses et diffamatoires si aucune action n'est entreprise.** Il convient donc d'utiliser au maximum les différents vecteurs existants, à savoir les fiches Google My Business, les réseaux sociaux ou encore les blogs locaux.

Pour protéger son e-réputation, **la collectivité doit assurer une veille de ce qui est dit à son sujet,** plutôt en utilisant le moteur de recherche Google, car hégémonique en France, sinon en ayant recours à des outils spécifiques voire en la déléguant à un professionnel de la veille. Il est ensuite nécessaire **d'être réactif, en agissant le plus vite possible contre les contenus négatifs** et, au mieux, identifier les auteurs et tenter de parlementer avec eux directement pour résoudre les litiges. Enfin, il est aussi préconisé **d'être proactif, en répondant publiquement et le plus diplomatiquement possible aux commentaires.** En revanche, la requête du droit de réponse n'est pas nécessairement la plus pertinente car elle suppose de faire remonter l'information indésirable par la même occasion.

Enfin, il existe deux approches pour nettoyer son e-réputation.

L'approche juridique directe permet d'agir vite (de quelques heures à quelques semaines) **pour faire cesser rapidement le préjudice d'image**. Toutefois, elle ne permet pas d'obtenir l'indemnisation du préjudice subi.

Ensuite, **la voie judiciaire permet de faire condamner l'auteur** de propos diffamatoires, injurieux ou dénigrants voire le site responsable en travaillant avec un avocat spécialisé. En cas de succès, le retrait des contenus litigieux ainsi qu'une indemnisation sont prononcés, mais après plusieurs mois de procédure. Il est donc conseillé de mener les deux approches en parallèle, tout en anticipant par un constat d'huissier en ligne pour conserver une trace si l'information disparaît effectivement rapidement.

Intervention de Germain LEFRANC, responsable du pôle web - direction de la communication d'Alfortville (94)

La ville d'Alfortville prend en main sa réputation numérique depuis l'an dernier. Environ 5 000 mentions de la ville sont produites sur Internet chaque année. Il peut s'agir de la simple annonce immobilière à la mention dans la presse nationale.

La commune a décidé de protéger sa e-réputation dans deux espaces numériques : sur la plateforme **Google My Business** et sur **Wikipédia**.

Pour les fiches Google My Business, celles-ci sont créées automatiquement par Google. Toutefois, **tant que la fiche n'est réclamée par aucun propriétaire, sa gestion est dite « communautaire »**. **Il n'y a donc aucun contrôle de la collectivité sur celle-ci**. Pour la ville d'Alfortville, cela représente environ 150 fiches entre le bâtiment administratif de la mairie, les différentes écoles, les différents services publics municipaux ou encore les équipements sportifs. Ces pages sont pourtant majeures car **elles représentent 80% des recherches sur la commune**, en étant référencées en première position sur le moteur de recherche, avant même le propre site internet de la mairie. Il est donc important de les entretenir et de ne pas laisser les avis sans réponse car ces données sont ensuite utilisées sur de nombreuses plateformes telles que *Waze*, *Google Maps* ou *Apple Maps*.

Pour ce faire, il est nécessaire que la ville réclame la propriété de la fiche. Pour réclamer la propriété d'une fiche, il suffit de se filmer devant l'établissement tout en y entrant. Cette méthode est donc loin d'être pas infallible et certains peuvent parvenir à réclamer la propriété d'un bâtiment sans en être le réel propriétaire.

D'autre part, les fiches Wikipédia sont régies par un système communautaire et, dans les faits, de nombreux élus et collectivités font l'objet d'une fiche sans pour autant en être à l'origine.

Lorsque les informations sont présentées de façon subjective, il est nécessaire de débattre dans un espace dédié (onglet « discussion ») sur la fiche puis de trouver un consensus.

Alfortville

Article Discussion

Discussion au sujet de cette page de contenu [alt-shift-t]

Alfortville (prononcé [al.fɔʁ.vil]) est une commune française située à trois kilomètres au sud-est de Paris (par la porte de Bercy)^{Note 1}, dans le département du Val-de-Marne en région Île-de-France.

Figure 2 : impression d'écran - Page Wikipédia de la commune d'Alfortville (94)

Dans le cas d'un dissensus, cela peut mener à « une guerre d'édition » causant le blocage de toute modification de la fiche. Les modérateurs scrutent également les métadonnées de la page pour vérifier les sources des modifications.

En outre, ce site peut poser des problèmes en termes d'e-réputation car, une fois sourcée, il est difficile de supprimer la mention d'une information. Il s'agit par exemple de la question de supprimer le passage relatif à un procès lorsque la relaxe a été prononcée. Les rubriques « vie privée » et « controverses » sont souvent utilisées par les opposants et, ces derniers temps, les tribunaux sont allés dans le sens de la libre critique dans leurs décisions (à partir du moment où celles-ci étaient sourcées). De ce fait, le droit à l'oubli numérique est difficile à faire appliquer pour un personnage public.

Questions et retours d'expérience des participants

Existe-il des conditions pour déterminer si une publication récente sur les réseaux est potentiellement grave ou, au contraire, si elle ne fera pas grand bruit ?

Didier Frochot précise qu'il y a une grande partie d'inconnue et d'imprévisibilité avec ces phénomènes de « bad buzz ». Toutefois, il peut être intéressant de se demander si l'attaque est grave ou marginale, tout en gardant à l'esprit que le droit de critique existe. En effet, une attaque en diffamation n'est pas toujours pertinente, d'autant plus si l'information indésirable est sourcée. Enfin, il ne faut jamais envenimer le débat par toute sorte de provocations.

Les informations transmises sur des groupes privés sont-elles attaquables ?

Didier Frochot précise qu'en l'état de la jurisprudence, à partir du moment où un groupe privé dépasse une dizaine de membres, il est considéré comme public par la justice, rendant possible toute action judiciaire.

Existe-il des manières pertinentes de trouver un avocat spécialisé « compétent » ?

Didier Frochot rappelle que le site internet du barreau référence l'ensemble des avocats avec leur(s) spécialité(s). Il peut également être judicieux de regarder sur Internet les éventuelles réussites judiciaires de ces derniers pour avoir une idée de leur taux de réussite en procès.

LISTE DES INSCRITS :

Nom	Prénom	Commune / Amif Partenaires / Partenaires de l'Amif	Fonction
POZNANSKI	Florence	Association Villes Internet	Déléguée adjointe
ADEN	Nasteho	Stains	Élu(e) - Conseillère municipale
RABANY	stephane	Villecresnes	Élu(e) - maire adjoint
MARQUES	Modeste	Montigny-Lès-Cormeilles	Élu(e) - Conseiller municipal et communautaire / Avocat
PESSOA	Tony	Champigny-sur-Marne	Élu(e) - Conseiller municipal
BOURDINAUD	Anne-Marie	Sucy-en-Brie	Élu(e) - Maire-adjointe
WIOLAND	HERVE	BUC (78530)	Élu(e) - Conseiller Municipal délégué à la Sécurité
LOUVET	Claire	Saint-Cloud	Conseillère municipale déléguée à la Ville numérique
GRUBER	Jacques	Saint-Cloud	Maire adjoint
AÏT	Eddie	CARRIÈRES-SOUS-POISSY 78955	Maire
THOMAS	Pierre	COLOMBES	Conseiller Municipal Délégué à la Ville Connectée
SCHINZEL	Jackie	Gargenville (78440)	Maire adjoint délégué à la communication et à la culture
BAILLY	DOMINIQUE	VAUJOURS 93410	MAIRE
CATINAUD	ALAIN	Sucy-en-Brie 94370	Conseiller municipal au Numérique
PLANCHE	Patrick	Beauchamp 95250	1er Maire Adjoint
SCHMIT	Jacqueline	VAUJOURS 93410	Maire-Adjoint au logement, hygiène, accessibilité
TAMIN	Sabine	TIGERY	Maire Adjointe Enfance et Vie Scolaire
CHARLES	Norman	Vigneux-sur-Seine 91270	Maire adjoint
DESPOTS	Hervé	Fericy 77133	Adjoint au maire
ALLEYRAT	PAUL	Féricy 77133	Conseiller municipal
DUVOISIN	Lucile	Bennecourt 78270	maire adjointe
VALLEE	Fabien	Jouarre	maire
GUNOT	BERARD	GARGES LES GONESSE - 95140	Adjoint au Maire au sport

PATRICK	Planche	Beauchamp 95250	1er adjoint
RAFRAFI	Meriem	Boussy-Saint-Antoine, 91800	Adjointe au Maire en charge de la Transition Numérique
SALA	Patrick	BUSSIERES 77750	Adjoint au Maire
L'ANTON	EVELYNE	91410	ADJOINTE
BOURDAIS	MIREILLE	EGLY 91520	élue Commission culturelle
FOURNIER	DOMINIQUE	CHAMPEAUX 77720	conseiller municipal
CHARIAU	Michel	SAMOIS SUR SEINE 77920	Maire
JULIEN	Rémy	AIGREMONT 78240	Maire adjoint aux finances
VALLEE	fabien	Jouarre	Maire
GABORY	JORDAN	Lisses	Conseiller Municipal
CASSATA	Christel	91569 crosne	Adjointe au maire
SESSA	Jean Raphael	La Queue en Brie 94510	Adjoint au maire
IDOUHAMD	Medhi	91940 LES ULIS	Conseiller municipal délégué aux Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication