

**UN FORUM
PRIS D'ASSAUT**


HÉLÈNE MADINIER La professeure à la HEG de Genève a situé l'e-réputation au cœur de l'intelligence économique.



RÉSEAUTER EN COULEURS Les participants à l'événement ont profité du cocktail dînatoire pour échanger.



SÉBASTIEN FANTI Avocat et notaire, spécialiste des technologies avancées, il a évoqué les risques et les aspects juridiques.



DAVID SCHOLBERG CEO de KBSD, a aussi mis en évidence les opportunités liées à la e-réputation pour les entreprises.



APÉRITIF Les 490 invités de Forum 360 ont été accueillis dans l'atrium du théâtre du Passage, à Neuchâtel.

LE WEB EN DÉBAT Quelles stratégies pour gérer son empreinte numérique?

La e-réputation, ça s'entretient

LE CONTEXTE

Forum 360 a été créé à l'initiative de cadres et représentants de diverses entreprises de notre région. Une fois par année, l'association organise un événement sous la forme «conférence/débat/réseautage» visant à donner l'occasion aux participants d'examiner un sujet d'actualité ou de société, puis de dialoguer et partager des expériences.

CATHERINE LÜSCHER (TEXTE)
CLAUDE COMTE (PHOTOS)

Pour les organisateurs de la 8e édition de Forum 360, qui a eu lieu lundi au théâtre du Passage, à Neuchâtel, le débat sur notre présence ou non sur le web est dépassé. Qu'on le veuille ou non, nous avons tous une empreinte numérique et donc une réputation en ligne. Faut-il dire, laisser dire et comment se défendre? Telles étaient les questions soumises aux trois conférenciers de la soirée, Hélène Madinier, professeur à la Haute Ecole de gestion de Genève, David Scholberg, CEO et cofondateur de KBSD, agence spécialisée dans la visibilité et la défense des marques et des



Salle comble au théâtre du Passage pour la 8e édition de Forum 360, à Neuchâtel. Les organisateurs avaient confié à la journaliste Nathalie Randin (robe noire) le soin d'animer cet événement consacré à la réputation en ligne.

identités sur internet et Sébastien Fanti, avocat et notaire, spécialiste des technologies avancées.

«Il faut 20 ans pour bâtir une réputation et cinq minutes pour la détruire.» Paraphrasant le milliardaire américain War-

ren Buffet, deux conférenciers n'ont pas manqué de souligner qu'aujourd'hui trois clics suffisent. Pour une entreprise, les risques autour de sa e-réputation peuvent être considérables, surtout dans un contexte hyperconcurrentiel.

David Scholberg a évoqué l'exemple d'une marque de champagne qui s'est systématiquement vue accompagnée, dans les trois-quatre premiers résultats sur Google, et ce pendant près de cinq ans, du commentaire suivant, issu d'un blog: «Le prix est une triste plaisanterie.» En cause: Google Suggest, qui comme son nom l'indique, suggère des associations de recherche. On peut imaginer les effets sur les ventes...

Opportunités

Heureusement, le Net réserve aussi de belles opportunités à qui sait s'en servir.

Le jeune directeur d'une école privée, en Valais, a ainsi réussi à accroître la fréquentation de son établissement grâce, notamment, aux réseaux sociaux. Il avait, par exemple, mis en place une méthode de communication avec les parents de ses élèves peu banale, puisqu'il leur envoyait les notes et résultats de leurs rejetons via Whatsapp! La professeure de HEG Hélène Madinier a néanmoins précisé que cela n'avait pas été possible sans

un coaching, la définition d'une stratégie et l'intégration de la veille de dans le fonctionnement de l'école, grâce à l'implication de nombreux collaborateurs dans le projet.

Quelles démarches?

Pour les intervenants, la bonne gestion de son empreinte numérique passe par ainsi par une approche technique et humaine, d'abord pour

« La vraie question est: combien ça coûte de bien dormir? »

DAVID SCHOLBERG
CEO ET COFONDATEUR DE KBSD

surveiller et alerter. Il faut ensuite développer une stratégie proactive de contenu pour construire et protéger sa e-réputation.

Enfin, il convient d'influencer et de corriger via les relations publiques ou médias. Il est aussi possible de recourir au droit à l'oubli, mais les démarches dans ce cas s'avèrent souvent longues et onéreuses. Le spécialiste David Scholberg conseille également le story-telling (ré: le fait de raconter l'entreprise comme dans une narration).

Ces efforts ont un coût: pour une marque horlogère de milieu de gamme, par exemple, les experts avancent un investissement global de près de 120 000 francs.

Reste cette question, posée en guise de conclusion par David Scholberg et à laquelle personne n'a répondu hier soir: «Combien ça coûte de bien dormir?»

Nous sommes tous concernés

Notre réputation de personne privée peut également être mise à mal sur Google. La e-réputation nous concerne donc tous et toutes, qu'on le veuille ou non.

Lorsqu'on sait, par exemple, que tous les commentaires, aussi négatifs soient-ils, publiés sur Google+ Review, y resteront à jamais, il y a de quoi frémir. Ceux-ci peuvent tout à fait apparaître dans les premiers résultats lorsqu'une recherche est associée à votre nom. Effrayant, puisque cela peut vous atteindre même si vous avez choisi de ne pas être présent du tout sur les réseaux sociaux pour éviter les ennuis, et que vous n'avez ni blog ni site internet. Ou plutôt: surtout si vous n'êtes pas là pour occuper la place sur la Toile et surveiller vos arrières. Il suffit en effet d'un blogueur qui dise du mal de vous, et hop, votre patronyme risque fort de se voir affublé d'un qualificatif malveillant en tête des résultats de recherche.

Une parade qui ne vous ruinera pas: Google Alert.

Si, au contraire, vous êtes très visible et actif sur le web et que vous avez pour habitude d'y dire tout haut tout le mal que vous pensez des autres, attention! Un dérapage mal contrôlé peut vous amener devant un juge et vous coûter cher (lire ci-contre). La justice sanctionne sévèrement les excès liés notamment aux publications intervenues sur les réseaux sociaux. Une Saint-Galloise qui avait traité un homme de «couillon» et de «pauvre type» sur Facebook s'est vue condamner pour «cyber-mobbing» à une belle peine pécuniaire avec sursis. Avec les frais de procédure et une éventuelle réparation pour tort moral, cela peut se chiffrer en milliers de francs.

Un conseil? L'avocat Sébastien Fanti l'a dit et répété: pour éviter les ennuis, il suffit d'être irréprochable.

QUELQUES CHIFFRES CHOCS

- 1** milliard de sites sur le Net aujourd'hui, pour 3 milliards d'utilisateurs dans le monde.
- 3** clics, ou 5 minutes pour détruire une réputation, selon le célèbre milliardaire américain Warren Buffet, mais 20 ans pour la bâtir.
- 4** milliards de recherches sont effectuées chaque jour sur Google en Suisse.
- 80** pour cent des candidatures à un poste de travail font l'objet d'une recherche sur le Net de la part des recruteurs.
- 750** personnes réunies par Barack Obama pour gérer sa campagne 2008 sur le Net et les réseaux sociaux.
- 100 000** francs: le coût que peuvent atteindre les procédures d'effacement de l'ensemble des données jugées coupables ou diffamatoires sur le web.
- 230 000** followers sur Twitter pour Rosetta, qui est passée de 120 000 à ce chiffre en un jour.

PUBLICITÉ



Partenaires Forum360:



Chambre neuchâtoise du commerce et de l'industrie

