

## Côté Cours : Notre identité numérique sur les réseaux sociaux

### Description du thème

Propriétés	Description
<b>Intitulé long</b>	E-communication, partage de l'information, trace numérique, identité numérique, communautés en ligne et réseaux sociaux.
<b>Formation concernée</b>	Terminale STMG Système d'information de gestion (SIG)
<b>Matière</b>	SIG
<b>Présentation</b>	Ce scénario pédagogique permet de découvrir que l'ensemble des données que nous communiquons sur les réseaux sociaux est visible par nos contacts mais également exploitées à des fins commerciales. En se plaçant du côté de l'internaute puis du côté opposé, nous allons essayer d'apprendre à exploiter le potentiel caché de ces outils pour en tirer parti. Les notions d'identité numérique et d'e-réputation seront également mobilisées.
<b>Notions</b>	Thème 3 : Communiquer pour collaborer Question de gestion : En quoi les systèmes d'information transforment-ils les échanges entre les acteurs des organisations ? Notions : Les outils de l'informatique sociale et leurs usages : réseaux sociaux grand public et réseaux sociaux professionnels, espaces collaboratifs, communautés de pratiques. Coordination et collaboration. Traces numériques.
<b>Transversalité</b>	Sciences de gestion en classe de première STMG Thème 2 : Information et Intelligence collective Question de gestion : Comment le partage de l'information contribue-t-il à l'émergence d'une « intelligence collective » ? Notions : e-communication, partage de l'information, collaboration, communautés en ligne et réseaux sociaux.
<b>Outils</b>	Navigateur HTTP, Facebook, Twitter, Google+, Youtube, Viadéo, LinkedIn...
<b>Mots-clés</b>	Intelligence collective, coordination et collaboration, e-communication, informatique sociale, réseaux sociaux grand public, réseaux sociaux professionnels, traces numériques, monétisation et mégadonnées.
<b>Durée</b>	5 à 6 heures
<b>Auteur(es)</b>	Jean-Pierre Souvanne. Remerciements à G. Castel, Y. Barrau et E. Deschaintre pour leurs lectures, remarques et modifications fructueuses.
<b>Version</b>	v 1.0
<b>Date de publication</b>	Août 2016

## Consignes :

Vous réaliserez ce travail en binôme et vous rédigerez vos réponses sur un document partagé en ligne. Ce partage se fera soit sur l'E.N.T. de l'établissement, soit sur Framacloud ou sur tout autre espace de travail collaboratif que vous jugerez pertinent. Ce document portera le nom « TP\_Identite\_Numerique\_VosNoms », vous veillerez à le partager avec votre professeur.e.

Ce travail portant sur les réseaux sociaux, nous utiliserons vos connaissances sur Facebook, Twitter, Google+, etc.

Pour réaliser votre travail de façon collaborative, voici un petit tutoriel en vidéo si vous souhaitez utiliser la plateforme Google Drive :

<https://www.youtube.com/watch?v=-laUvjVOb3w>

## I. Que savent les réseaux sociaux à notre propos et que font-ils de ces informations?

### **1. Les habitudes des 15-24 ans sur les réseaux sociaux et l'utilisation de leurs données**

Au début de l'année 2016, sur les 7,357 milliards de personnes dans le monde, on dénombre environ 3,715 milliards d'internautes. Presque 2/3 de ces internautes utilisent les réseaux sociaux chaque mois et environ 2 milliards d'utilisateurs passent par un mobile pour s'y connecter.

Facebook est de loin le *leader* des réseaux grand public avec près de 1,55 milliard d'utilisateurs actifs chaque mois (MAU) alors que Google+ n'arrive qu'à la 6ème place avec un peu plus de 300 millions d'utilisateurs.

Selon ShareThis<sup>1</sup>, les partages sur les réseaux sociaux sont distribués de cette manière : 84,3% sur Facebook, 5,8% sur Twitter, 4,8% sur Blogger, 2,9% sur Pinterest, 0,8% sur Email, 0,8% sur Reddit et 0,1% sur LinkedIn.

D'autres chiffres permettent de mieux cerner l'usage des réseaux sociaux en France. Ainsi, selon des chiffres officiels, Facebook est utilisé par 30 millions de Français chaque mois. Concernant les habitudes des 15-24 ans, une étude publiée par [Médiamétrie](#)<sup>2</sup> (ANNEXE 1 à consulter) sur les réseaux sociaux montre que le smartphone est l'outil privilégié des 15-24 ans pour y accéder. L'instrument permet d'accéder au service ou au programme qu'on veut, où on veut et quand on veut.

Mais savez-vous quel est le nombre de *J'aime* et de posts publiés sur Facebook ? Ou encore le nombre de vidéos téléchargées sur YouTube ou le nombre de stories vues sur snapchat ? Sur le site du [Blog du Modérateur](#)<sup>3</sup> (ANNEXE 2 à consulter), une page présente un document intitulé « [Internet in Real-Time](#) » et un autre document permet de voir « [Usage, chiffres d'affaires et bénéfice des réseaux sociaux et des géants d'internet en temps réel](#) ». Les 2 infographies animées permettent de mieux cerner les usages sur les réseaux sociaux mais également les chiffres d'affaires et les bénéfices des géants d'internet en temps réel.

---

<sup>1</sup> Source <http://fr.slideshare.net/sharethis/q12015-cstr-sharethis>

<sup>2</sup> Source <http://www.audiencelemag.com/?article=83>

<sup>3</sup> Source <http://www.blogdumoderateur.com/internet-temps-reel/>

Comme le rappelle l'étude publiée par Médiamétrie (ANNEXE 1) les 15-24 ans plébiscitent le *smartphone* comme outil multitâches indispensable pour accéder aux réseaux sociaux. Cependant, avec un usage de plus en plus répandu des réseaux sociaux, les risques de laisser des informations sensibles à portée de tous se multiplient. Les utilisateurs sont invités à renseigner leur profil de la façon la plus complète possible pour bénéficier d'une expérience plus riche, mais certaines des informations ainsi saisies peuvent engendrer des risques pour la vie privée et notre réputation en ligne (e-réputation). Mais la collecte puis le traitement de ces informations à caractère personnel (nom, prénom, date naissance, adresse, mail, etc.) peut induire des risques en termes d'atteinte à la vie privée (atteinte à l'e-réputation).

**Question 1** : À partir de vos connaissances, expliquer ce qu'est un réseau social.

**Question 2** : Après avoir visionné la vidéo « [les faces cachées de Facebook](#)<sup>4</sup> », pourquoi l'accès à la majorité des réseaux sociaux est-il gratuit ?

**Question 3** : Après avoir lu l'ANNEXE 3, donnez une définition pour l'expression « méga-données » (big data).

## 2. Découvrir les réseaux sociaux qui comptent en 2016 et comprendre leur impact

L'agence Bridge Communication<sup>5</sup> (ANNEXE 4 à lire) propose un visuel pour mieux comprendre l'impact des réseaux sociaux. La pratique des réseaux sociaux s'est imposée comme l'un des principaux usages d'internet. Ils sont aussi le nouveau terrain de jeu des marques qui profitent du pouvoir de pénétration massive de ces réseaux pour bâtir et animer des communautés ainsi fidélisées.

**Question 4** : Quels réseaux sociaux connaissez-vous ? À quels réseaux participez-vous ? Avec quelle fréquence (nombre de connexions par jour / semaine / mois) ?

Votre identité numérique est tous les jours visible sur la toile. Une infographie de TrendLabs<sup>6</sup> nommée « [Les risques de poster des informations personnelles dans ses profils](#) » montre les risques de poster des informations personnelles dans ses profils sociaux.

**Question 5** : Répertorier dans un tableau pour les 3 réseaux sociaux les plus fréquemment utilisés les types d'informations (data type) collectés. Quelle conclusion peut-on en tirer ?

### 2.1 Notre identité numérique

La question à se poser n'est donc pas « Qui suis-je ? », cela vous le savez... mais avec internet, l'important est savoir ce que les autres savent – ou croient savoir – de ce que vous êtes au travers de ce qu'ils lisent et voient de vous.

En ligne, comme dans la société, vous avez une « identité » : c'est ce qui vous permet d'être unique : votre « [identité numérique](#)<sup>7</sup> » (ANNEXE 5 à lire) est constituée de l'ensemble des contributions et des traces que vous laissez en ligne, volontairement ou non.

---

<sup>4</sup> Lien vers la vidéo [http://www.m6.fr/emission-capital/videos/114690-les\\_faces\\_cachees\\_de\\_facebook.html](http://www.m6.fr/emission-capital/videos/114690-les_faces_cachees_de_facebook.html)

<sup>5</sup> Source <http://www.bridge-communication.com/2016/03/07/reseaux-sociaux-quelle-est-votre-plateforme/>

<sup>6</sup> Source <http://blog.trendmicro.com/trendlabs-security-intelligence/the-risks-of-posting-in-social-networks/>

<sup>7</sup> Source <http://www.cndp.fr/crdp-besancon/index.php?id=identite-numerique>

Ces traces sont fragmentées, comme dans la vraie vie où chacun a une identité professionnelle, une identité familiale, une identité sociale. Elles se chevauchent parfois, mais pas forcément : les collègues ne sont pas forcément des amis, chacun ne raconte pas à tout le monde sa vie de famille...

## 2.2 Découvrir sa e-réputation

Savez-vous quelle image de vous est visible sur internet ? Qui peut voir vos photos, vos statuts, vos données à caractère personnel ? À partir de la page web « [Soyez net sur le net](#)<sup>8</sup> » vous allez pouvoir noter votre e-réputation. Ce site internet a été réalisé par la société Reputation Squad pour le compte de la mairie de Paris. La maintenance technique et l'hébergement de ce site sont assurés par la Direction des systèmes et technologies de l'information (DSTI).

Le site internet propose un test, « Notez votre e-réputation en 2 minutes !<sup>9</sup> ». Vous êtes invité à vous identifier à l'aide de votre compte Facebook ou Twitter. Le site web s'engage à respecter votre vie privée en publiant cet engagement : « *À cette occasion, des informations personnelles sont récoltées et analysées ; elles ne sont en aucun cas conservées au-delà de la durée du test* »

**Question 6** : Après avoir effectué le test « [Soyez net sur le net](#) », comment définiriez-vous votre identité numérique actuelle ?

**Question 7** : Comment analyseriez-vous votre « e-réputation » ?

**À tester** : [Youseemii](#)<sup>10</sup> est un méta-moteur de recherche qui interroge différents sites et classe les informations reçues par catégorie : recherche générales, images, sur blog, sur Twitter, sur Facebook, sur les réseaux sociaux professionnels...

**À tester** : [LinkedIn](#)<sup>11</sup> dispose d'un outil peu connu mais très pratique pour mesurer son influence et son audience sur le réseau social, le **Social Selling Index** ou **SSI**<sup>12</sup>. Il permet de mesurer sa « marque personnelle » et se base sur quatre grands piliers : le fait d'être un leader d'opinion et de publier des articles intéressants, la capacité à trouver les bonnes personnes, le partage d'articles pertinents, et la force du réseau. Un score de SSI élevé permet, selon LinkedIn, de générer plus d'opportunités et de vendre plus dans une optique *business*.

## 2.3 Gérer sa e-réputation sur Facebook

En ANNEXE 6, on retrouvera quelques astuces pour anticiper ou résoudre des problèmes concernant la gestion des « Amis ». Les fiches pratiques sur la page [ereputation.paris](#)<sup>13</sup> permettent d'accéder à de nombreux tutoriaux pour savoir comment gérer sa e-réputation sur Facebook : du statut, aux applications en passant par les amis, les photos et bien d'autres paramètres...

**Question 8** : Est-il possible de contrôler l'accès aux informations présentes sur son profil Facebook ?

---

<sup>8</sup> Lien à suivre <http://ereputation.paris.fr/>

<sup>9</sup> Source <http://ereputation.paris.fr/>

<sup>10</sup> Lien à suivre <http://presence.youseemii.fr/>

<sup>11</sup> Lien à suivre <http://linkedin.com/>

<sup>12</sup> Source <https://business.linkedin.com/sales-solutions/social-selling/the-social-selling-index-ssi#!>

<sup>13</sup> Lien à suivre <http://ereputation.paris.fr/les-fiches-pratiques/amis-2/>

## 2.4 Comment maîtriser mes données ?

Toute activité sur le web implique la création de traces. Certaines sont volontaires et nécessaires, d'autres sont involontaires et totalement hors de contrôle pour l'internaute : c'est leur addition qui constitue l'identité numérique de chacun. Pourtant c'est l'empilement de toutes ces informations et le croisement des fichiers qui constituent un risque pour notre identité numérique

Deux rubriques « [Connaître les 10 principes clés](#)<sup>14</sup> » et « [Comprendre mes traces](#)<sup>15</sup> », accessibles depuis la page « [Maîtriser mes données](#)<sup>16</sup> » du site de la CNIL, permettent de mieux maîtriser les traces que l'on laisse ainsi que ce qu'il est possible de collecter comme informations à partir d'une simple connexion internet et de quelques clics (ordinateur, navigateur, cookies, recherches...).

Après avoir lu les rubriques « [Connaître les 10 principes clés](#) » et « [Comprendre mes traces](#) », vous répondrez aux questions suivantes :

**Question 9** : Qu'est-ce qu'une trace volontaire ?

**Question 10** : Qu'est-ce qu'une trace involontaire ?

**Question 11** : Qu'est-ce qu'une trace subie ?

**Question 12** : Comment effacer des informations me concernant sur un moteur de recherche ?

La procédure d'effacement des informations sur un moteur de recherche est utilisée lorsque son identité numérique est menacée et lorsque des traces nuisent à son identité numérique. Mais dans certains cas, des pages *web* peuvent nuire à l'e-réputation des individus sans que ces derniers n'en soient informés. Elles sont parfois le fait des internautes eux-mêmes, qui ne réfléchissent pas toujours aux conséquences des prises de positions et des contenus diffusés. Dans d'autres cas, ce sont d'autres internautes qui sont à l'origine des propos nuisibles colportés sur la toile.

## 3. Comment les réseaux sociaux vous reconnaissent-ils ?

Vous l'avez compris, votre navigation sur internet laisse automatiquement des traces. À partir de la page « [votre ordinateur](#) » du site de la CNIL<sup>17</sup> et de la page « [What are tracking cookies](#) » du support utilisateur de la société AVG<sup>18</sup> vous répondrez aux questions suivantes :

**Question 13** : Qu'est-ce qu'une adresse IP ?

**Question 14** : Quelle est votre adresse IP visible sur internet ?

**Question 15** : Qu'est-ce qu'un *cookie* lorsqu'on parle de numérique ?

---

<sup>14</sup> Lien à suivre <https://www.cnil.fr/fr/10-conseils-pour-rester-net-sur-le-web>

<sup>15</sup> Lien à suivre <https://www.cnil.fr/fr/comment-ca-marche>

<sup>16</sup> Lien à suivre <https://www.cnil.fr/fr/maitriser-mes-donnees>

<sup>17</sup> Lien à suivre <https://www.cnil.fr/fr/votre-ordinateur>

<sup>18</sup> Lien à suivre <https://support.avg.com/SupportArticleView?l=fr&urlname=What-are-tracking-cookies>

**Question 16 (pour aller un peu plus loin et faire le lien avec la spécialité mercatique) :** Qu'est-ce qu'un *tracking cookie* ? Après avoir visionnée la vidéo « [What are Tracking Cookies ?](#)<sup>19</sup> » (en anglais), vous rédigerez une définition de l'expression « *tracking cookie* ».

**Question 17 :** Qu'impose la loi par rapport à la conservation des informations collectées par ces cookies ?

#### **4. Quelles sont les données que je laisse visibles sur le web ?**

Avant de vous lancer à la recherche d'un emploi ou même d'un stage, pourquoi ne pas vérifier si votre futur employeur ne va pas retrouver des informations embarrassantes sur vous. Vous avez déjà expérimenté quelques sites plus tôt dans l'exercice, en voici un autre assez intéressant : [Yatedo](#)<sup>20</sup>. [Yatedo](#) est un moteur de recherche de personnes qui vous permet de trouver et de contacter facilement l'ensemble des personnes présentes sur le Web. [Yatedo](#) n'a pas accès aux informations privées et se contente donc de rechercher des informations publiques sur les réseaux sociaux, dans des blogs, des articles de presse ou des sites professionnels. Ce site fonctionne très bien avec les personnalités connues sans avoir besoin de souscrire à l'abonnement Premium (pour les personnes moins connues, un abonnement sera peut-être nécessaire). Alors êtes-vous une personnalité ?

À partir de l'article « Droit à l'oubli : Google fait appel de la condamnation de la CNIL » (annexe 7), vous répondrez à la question suivante :

**Question 18 :** Est-ce que les messages que je dépose sur un réseau social, ne finissent pas un jour par disparaître tous seuls ?

Que retenir de cette partie : Les questions que vous venez de traiter vous ont peut-être permis de faire le point sur votre identité numérique et votre e-réputation. Protégez-vous contre vous-même ! Réfléchissez avant de publier, de partager, de vous exposer, etc. Même les photos ou messages réputés éphémères peuvent faire l'objet d'une copie d'écran et être diffusés ou rediffusés. Pensez bien à vous demander quelles pourraient être les conséquences d'une publication que vous vous apprêtez à faire : comment elle peut être perçue par d'autres, votre famille, vos amis, vos collègues, vos patrons... ?

## **II. Comment utiliser les réseaux sociaux à son avantage ?**

### **1. La gestion de nos informations**

#### **1.1 Découvrir notre image sur les réseaux sociaux**

**Question 19 :** Après avoir pris connaissance de l'annexe 8 et à partir de vos recherches sur internet, essayez de reconstruire la vie de votre binôme dans une courte rédaction. Essayez de retrouver son adresse (au moins sa ville), son année de naissance, les écoles qu'il a fréquentées, ses activités ou ses passions, des photos de lui, ...

#### **1.2 Se protéger sur les réseaux sociaux**

Nous avons vu, au travers des précédentes questions, que notre identité numérique affichait une image de nous (positive, négative ou neutre) sur les réseaux. Ces traces laissées

---

<sup>19</sup> Lien à suivre [https://www.youtube.com/watch?v=dHeZ9HpOvO4&index=2&list=PLXC2w\\_psz2NRL21n7ilmG4-9YAZ3uToAR](https://www.youtube.com/watch?v=dHeZ9HpOvO4&index=2&list=PLXC2w_psz2NRL21n7ilmG4-9YAZ3uToAR)

<sup>20</sup> Lien à suivre <http://www.yatedo.fr/>

s'accumulent au fil du temps. Il est donc important d'adopter une posture particulière afin de contrôler sa présence sur la toile. Pour cela, il y a quelques réflexes et outils à adopter comme : utiliser un pseudonyme, renseigner des généralités, utiliser un avatar et réfléchir avant d'écrire. Utiliser un pseudonyme est la solution la plus simple pour conserver un certain anonymat.

Toutefois, certains réseaux comme Facebook ou Google+ imposent l'utilisation de son vrai prénom et de son vrai nom. L'objectif est bien évidemment pour ces entreprises d'utiliser les données d'utilisation en pouvant les rapprocher d'une personne réelle, et ainsi les monnayer plus facilement auprès de partenaires commerciaux. Néanmoins, pour l'instant, il est possible de contourner cette obligation en renseignant un vrai prénom et un vrai nom, mais pas le sien : par exemple « Pierre Schmidt ». Ces sites ne vont pas (encore) jusqu'à exiger la justification du nom à l'inscription mais peuvent solliciter une vérification de l'existence réelle d'un utilisateur grâce à la confirmation d'un code envoyé par SMS

Le site [Namechk](https://namechk.com/)<sup>21</sup> vous permet de vérifier la disponibilité d'un nom d'enregistrement (utilisateur) sur une centaine de sites sociaux. Allez jeter un œil sur la disponibilité de votre nom sur les réseaux sociaux. Il suffit de taper un nom d'utilisateur dans le champ de texte Namechk, et en quelques secondes, vous verrez les sites sur lesquels votre nom d'utilisateur interrogé est disponible en vert, et les sites où il est déjà pris en rouge.

**Question 20** : Sur quels sites votre nom est-il déjà utilisé ?

Après l'utilisation d'un pseudonyme, il est aussi possible de suivre les recommandations de la CNIL dans la rubrique « Maîtriser mes données » et notamment deux articles :

- ❖ [Configurer ses outils](#)<sup>22</sup> : limiter le nombre d'informations personnelles que vous mettez en ligne en configurant vos terminaux et comptes sociaux !
- ❖ [Réagir en cas de problème](#)<sup>23</sup> : retrouver quelques conseils pratiques pour réagir rapidement et efficacement en cas de problème avec votre identité numérique !

**Question 21** : Repérer les sont les cinq paramètres à régler pour maîtriser ses données sur Snapchat ?

**Question 22** : Comment retrouver les coordonnées d'un responsable de site pour lui signaler un problème ?

**Question 23** : Essayez de retrouver les coordonnées du responsable du site Facebook. Que remarquez-vous ?

### 1.3 Lutter contre les traces involontaires

Enfin, il est aussi toujours possible, pour renforcer son anonymat, de se cacher derrière un serveur proxy. Toutefois, l'adresse IP ne met pas vraiment l'utilisateur en danger, puisque seul le juge peut, dans le cadre d'une procédure, identifier une personne à partir de son adresse IP. Par contre, cela n'est pas le cas des *cookies*.

Les *cookies* sont utilisés par les services de publicité en ligne pour suivre les internautes et collecter des informations afin de construire leur profil de consommateur potentiel. Ceux-là, appelés « *tracking cookies* », peuvent être contrôlés par vous.

---

<sup>21</sup> Lien à suivre <https://namechk.com/>

<sup>22</sup> Lien à suivre <https://www.cnil.fr/fr/configurer>

<sup>23</sup> Lien à suivre <https://www.cnil.fr/fr/reagir>

**Question 24 :** Comment observer le fonctionnement des *cookies* sous un navigateur comme Firefox ou Chrome ?

**Question 25 :** Comment naviguer sur internet sans laisser de traces ? Rechercher ce que proposent vos navigateurs pour protéger votre vie privée

## 2. Développer son identité en ligne pour des raisons professionnelles

On appelle aussi les réseaux sociaux professionnels des réseaux sociaux B2B, pour *business to business*. Certains ont une visée horizontale, ciblant une fonction ou des compétences professionnelles tous secteurs confondus. D'autres auront plutôt une visée verticale, ciblant un secteur, une filière.

Grâce à sa méthodologie propriétaire du Brand FootPrint<sup>24</sup>, Harris Interactive a tracé les empreintes des huit principaux réseaux sociaux du marché français (ANNEXE 9).

Les équivalents professionnels de Facebook et Google+ sont LinkedIn et Viadeo, devenus au fil du temps les principaux réseaux sociaux professionnels (RSP) généralistes. Tout comme Facebook, le principe des réseaux sociaux professionnels est de démultiplier vos contacts grâce aux contacts de vos contacts : autrement dit les connaissances de vos connaissances sont vos connaissances.

**Question 26 :** Complétez la carte heuristique en replaçant dans la bonne catégorie les sites suivants : [linkedin.com](http://linkedin.com), [digika.com](http://digika.com), [yuppeek.com](http://yuppeek.com), [wizzbii.com](http://wizzbii.com), [rezotour.com](http://rezotour.com), [video.com](http://video.com), [alsace.biz](http://alsace.biz), [xing.com](http://xing.com), [bitwiin.com](http://bitwiin.com), [eligue.org](http://eligue.org), [mupiz.com](http://mupiz.com) et [pacioli.fr](http://pacioli.fr). Toujours sur la carte construite, donnez une brève description pour chacun des sites.



**Question 27 :** Quelles sont les principales étapes à suivre lorsque l'on souhaite participer à un réseau social professionnel ?

**Question 28 :** Inscrivez-vous et créez-vous un profil sur le réseau social professionnel Viadeo. Pour vous aider, Génération 2.0 propose un petit diaporama intitulé « [Vos premiers pas sur Viadeo<sup>25</sup>](#) » et Viadeo a édité un [petit guide d'utilisation<sup>26</sup>](#).

<sup>24</sup> <http://harris-interactive.fr/newsfeeds/social-life-2016-barometre-annuel-des-usages-des-reseaux-sociaux-en-france/>

<sup>25</sup> Lien à suivre <http://fr.slideshare.net/APMANCDAIUNDE/tutorial-viadeo-1-par-gnration-20>

<sup>26</sup> Lien à suivre <http://www.viadeo.com/guide.pdf>

## ANNEXE 1 : Les 15-24 ans ne sont pas comme vous le croyez

Les modes de consommation médias diffèrent d'une génération à une autre, surtout chez les 15-24 ans. Ils représentent près de 12% de la population et sont à l'avant-garde de l'utilisation des outils high tech....



L'article complet accessible en suivant le lien suivant :

<http://www.audiencelemag.com/?article=83>

## ANNEXE 2 : Usage, chiffre d'affaires et bénéfice des réseaux sociaux et des géants d'internet en temps réel

Depuis quelques mois, PennyStocks héberge une page intitulée Internet in Real-Time qui permet de se rendre compte de l'usage des réseaux sociaux et des géants du net en temps réel....



L'article complet et les 2 infographies sont accessibles en suivant le lien suivant :

<http://www.blogdumoderateur.com/internet-temps-reel/>

## ANNEXE 3 : Facebook : 10 ans de big data !

...

### Le Big Data, l'âne banquier de Facebook

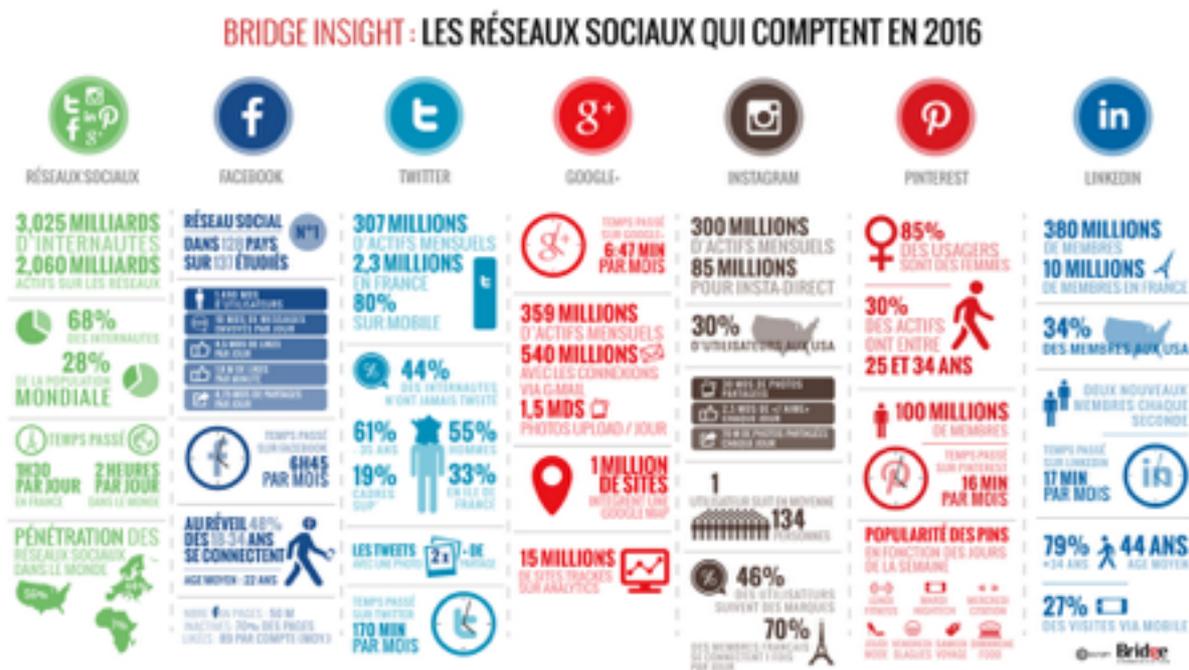
Depuis, Facebook s'est développé grâce aux big data, est devenu un producteur de big data et va continuer à assurer sa croissance grâce aux big data. Si la raison d'être de Facebook est d'aider tout individu à entrer en relation avec d'autres individus susceptibles de partager des affinités, le réseau social s'appuie sur des algorithmes - dont notamment le fameux EdgeRank - permettant d'une part d'identifier ces affinités, puis d'autre part, de sélectionner les types de publication qui seront les plus visibles dans leur fil d'actualité....

L'article complet est accessible en suivant le lien suivant :

<http://www.latribune.fr/opinions/tribunes/20140226trib000817237/facebook-10-ans-de-big-data-.html>

## ANNEXE 4 : Réseaux sociaux : quelle est votre plateforme de prédilection ?

Notre vie est depuis quelques années rythmée par les réseaux sociaux. Le réveil se fait avec eux pour des millions d'entre nous, en particulier les jeunes. Nous nous tenons informés par eux et surtout nos échanges se voient facilités grâce à eux...



L'article complet et l'infographies sont accessibles en suivant le lien suivant :

<http://www.bridge-communication.com/2016/03/07/reseaux-sociaux-quelle-est-votre-plateforme/>

## **ANNEXE 5 : Identité numérique, mode d'emploi...**

*L'identité numérique est l'ensemble des renseignements et des données qui se rapportent spécifiquement à un individu ou à un organisme sur Internet...*



la synthèse de Philippe Buschini

L'article complet est accessible en suivant le lien suivant :

<http://www.cndp.fr/crdp-besancon/index.php?id=identite-numerique>

## **ANNEXE 6 : Fiche pratique : Amis**

### ***Trier ses amis Facebook***

*Sur Facebook il est plus prudent de n'ajouter que les gens que l'on connaît réellement, ou alors quelqu'un qui nous a été recommandé par une personne de confiance. Il faut penser à mettre à jour sa liste d'amis régulièrement.*

### ***Qui ajouter sur Facebook ?***

*Ajouter sur Facebook quelqu'un que l'on vient tout juste de rencontrer est devenu pour certains un réflexe. Pourtant ce que l'on poste sur notre mur est personnel...*

L'article complet est accessible en suivant le lien suivant :

<http://ereputation.paris.fr/les-fiches-pratiques/amis-2/>

## **ANNEXE 7 : Droit à l'oubli : Google fait appel de la condamnation de la Cnil**

*Condamné à 100 000 euros d'amende, Google estime que la Cnil ne peut l'obliger à faire appliquer ses décisions hors des frontières françaises.*

*...Le géant américain Google a annoncé jeudi qu'il avait fait appel de la condamnation à 100 000 euros d'amende que lui a infligée en mars la Cnil pour ne pas avoir accepté de déréférencer des informations concernant des particuliers sur toutes les extensions de son moteur de recherche. Google estime notamment que la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil) n'a pas le pouvoir de le contraindre à faire appliquer ses décisions hors des frontières françaises.*

*L'affaire découle directement d'une décision de la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE) qui a consacré le « droit à l'oubli » numérique en mai 2014, en donnant aux citoyens (sous certaines conditions) la possibilité d'obtenir des moteurs de recherche le déréférencement d'informations les concernant directement...*

L'article complet est accessible en suivant le lien suivant :

[http://www.lepoint.fr/high-tech-internet/droit-a-l-oubli-google-fait-appel-de-la-condamnation-de-la-cnil-19-05-2016-2040530\\_47.php](http://www.lepoint.fr/high-tech-internet/droit-a-l-oubli-google-fait-appel-de-la-condamnation-de-la-cnil-19-05-2016-2040530_47.php)

## ANNEXE 8 : Découvrir Marc L. ou la genèse d'un buzz médiatique<sup>27</sup>

« Tu permets qu'on se tutoie, Marc ? Tu ne me connais pas, c'est vrai. Mais moi, je te connais très bien. C'est sur toi qu'est tombée la (mal)chance d'être le premier portrait **Google** du Tigre. Une ruse toute simple : on prend un anonyme et on raconte sa vie grâce à toutes les traces qu'il a laissées, volontairement ou non sur **Internet**...

...J'ai eu un peu peur, au début, d'avoir un problème de source. Pas par manque : par trop-plein. À cause des homonymes : il y a au moins cinq autres Marc L\*\*\* sur le site **Copains d'avant**. Mais tu n'y es pas : ce doit être une affaire de génération, à la fin des années 1990 et au début des années 2000, les gens s'inscrivaient massivement sur **Copains d'avant** et renseignait leur parcours scolaire, pour retrouver les copains du CM1. C'était avant **Facebook**. Ah, **Facebook**... Mais n'allons pas trop vite. Je t'ai rencontré, cher Marc, sur **Flickr**, cette immense banque d'images qui permet de partager ses photos avec ses amis (une fonction que **Facebook** s'est empressé de copier, soit dit en passant). Pour trouver un inconnu dont je ferai le portrait, j'ai tapé « voyage » avec l'idée de tomber directement sur un bon « client » comme disent les journalistes, puisque capable de poster ses photos de voyages. Je t'ai vite trouvé : il faut dire que tu aimes bien **Flickr**, où tu as posté plus de dix-sept mille photos en moins de deux ans. Forcément, j'avais des chances d'y trouver tes photos...

..Revenons à toi. Tu es célibataire et hétérosexuel (**Facebook**). Au printemps 2008, tu as eu une histoire avec **Claudia R\*\*\***, qui travaille au Centre culturel franco-autrichien de Bordeaux (je ne l'ai pas retrouvée tout de suite, à cause du caractère ü qu'il faut écrire ue pour **Google**). En tout cas, je confirme, elle est charmante,.... Tu nous donnes l'adresse de ses parents, boulevard V\*\*\* à Bordeaux. Vous avez joué aux boules à Arcachon, et il y avait aussi **Lukas T\*\*\***, qui est le collègue de **Claudia** au Centre Culturel. Fin mai, il n'y a que quatre photos, anodines, de ton passage dans le petit appartement de **Claudia** (comme si tu voulais nous cacher quelque chose) et une autre, quelques jours plus tard, plus révélatrice, prise par **Claudia** elle-même, chez elle : on reconnaît son lit, et c'est toi qui es couché dessus. Habillé, tout de même. Sur une autre, tu te brosses les dents. C'est le 31 mai : deux jours plus tôt, vous étiez chez **Lukas** « pour fêter les sous de la CAF » (une fête assez sage, mais **Lukas** s'est mis au piano pour chanter des chansons en allemand, tout le monde a bien ri, vidéo sur **Flickr**). Ce 31 mai, vous avez une façon de vous enlacer qui ne laisse que peu de doutes. Et le 22 juin, cette fois c'est sûr, vous vous tenez par la main lors d'une petite promenade au Cap-Ferret. C'est la dernière fois que j'ai eu des nouvelles de **Claudia**. Note bien que j'ai son numéro au travail (offre d'emploi pour un poste d'assistant pédagogique au Centre culturel, elle s'occupe du recrutement), je pourrais l'appeler. Mais pour raconter une séparation, même **Internet** a des limites. Avant **Claudia**, tu étais avec **Jennifer** (ça a duré au moins deux ans), qui s'intéressait à l'art contemporain (vous avez visité ensemble **Beaubourg** puis tu l'as emmenée au concert de **Madonna** à **Bercy**). Elle a habité successivement **Angers** puis **Metz**, son chat s'appelle **Lula**, et, physiquement, elle a un peu le même genre que **Claudia**. À l'été 2006, vous êtes partis dans un camping à **Pornic**, dans une **Golf blanche**. La côte Atlantique, puis la Bretagne intérieure. Tu avais les cheveux courts, à l'époque, ça t'allait moins bien. »

Arrêtons ici l'histoire de Marc, on pourrait en dire encore beaucoup pourtant. Marc existe, réellement. Ce portrait a été réalisé par un journaliste du magazine « **Le Tigre** » en 2009, uniquement à partir des données diffusées sur **Internet** par ce Marc, ses proches, et d'autres...

Tout ça, il y a 20 ans, aurait été impossible à rassembler sans recruter une équipe de détectives privés et un budget conséquent. Aujourd'hui, il suffit d'utiliser **Google** et les réseaux sociaux. Tout est accessible. Ou presque. En tout cas, tout ce que vous diffusez et tout ce que d'autres diffusent sur vous. Dans l'histoire de Marc, rien de transcendant : il a une vie tranquille... mais ça aurait pu être quelqu'un d'autre, pour lequel les informations recueillies auraient été plus gênantes...

L'article complet est accessible en suivant le lien suivant :

<http://www.le-tigre.net/Marc-L.html>

---

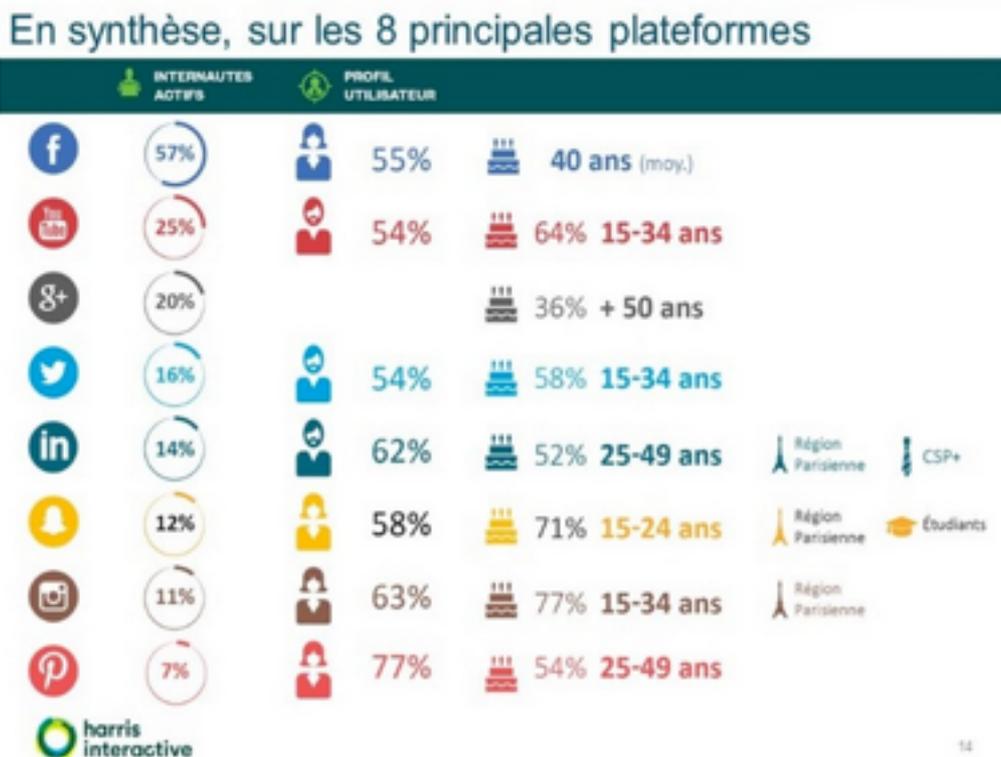
<sup>27</sup> Source <http://www.le-tigre.net/Marc-L.html>

## ANNEXE 9 : Social Life 2016 - Baromètre annuel des réseaux sociaux en France

Paris, le 18 mars 2016 – Harris Interactive dévoile la 4<sup>ème</sup> édition de son baromètre Social Life et répond aux 4 questions qui apparaissent clés pour tout annonceur souhaitant optimiser sa présence sur les réseaux sociaux.

### Quels sont les plateformes incontournables pour ma cible ?

Pour les marques qui cherchent à optimiser leur stratégie sociale, l'heure est à la rationalisation et à la prise de recul : quels réseaux apparaissent adéquats pour atteindre la cible visée ?...



L'article complet est accessible en suivant le lien suivant :

<http://harris-interactive.fr/newsfeeds/social-life-2016-barometre-annuel-des-usages-des-reseaux-sociaux-en-france/>