

Nouveaux usages

Voyage au cœur des réseaux « sociaux »

A l'instar des « blogs »⁽¹⁾, les réseaux collaboratifs, ou « sociaux », connaissent aujourd'hui un véritable engouement. Dans quelle mesure élus et collectivités peuvent-ils en tirer profit ?



Facebook, MySpace ou encore Viadeo font partie des réseaux collaboratifs en proie à un réel engouement en France.

Les réseaux collaboratifs, ou « sociaux », sont des applications Internet visant à mettre en relation des amis, des associés, des collègues de travail ou d'autres individus employant ensemble une variété d'outils. La particularité de ces sites est de permettre à leurs visiteurs de participer activement au réseau et non plus en tant que simples visiteurs de pages statiques. Ces applications, également connues sous le nom de « service de réseautage social en ligne » (en anglais « social networking »), deviennent de plus en plus populaires, déclinant en quelque sorte la formule de Hobbes, selon laquelle « avoir

des amis, c'est avoir du pouvoir ». D'ailleurs, s'il est une illustration récente de la portée de ces réseaux à grande échelle, c'est sans contestation le succès de Barack Obama lors de la présidentielle américaine. Tout récemment, Dave Senay, PDG du réseau Fleishman-Hillard et conseil du nouveau président des Etats-Unis, confiait à ce sujet lors de la récente campagne américaine : « Barack Obama est le candidat des réseaux sociaux. Il a près de 400 000 « amis » sur MySpace, contre 200 000 pour Hillary Clinton, et 56 000 contacts pour John McCain. C'est encore plus frappant sur Facebook où il a près d'un million de supporters (...) ».

Un succès rapide

Si les réseaux sociaux existent depuis fort longtemps (Lion's Club, Rotary...), Internet a sans conteste contribué à les démocratiser très largement. Le succès de ce concept aurait même donné naissance à la théorie des six degrés de séparation, selon laquelle deux personnes, choisies au hasard, sont généralement éloignées d'une chaîne de relations individuelles comprenant au plus cinq autres maillons.

A l'heure actuelle, un quart des internautes se rendrait sur des réseaux sociaux. Selon une étude intitulée « Consumer Internet Barometer », publiée par l'organisation The Conference Board et TNS, près de la moitié des amateurs s'y rendrait même quotidiennement, le plus souvent depuis leur domicile, mais aussi depuis leur travail ou un lieu public. Selon une autre enquête⁽²⁾, la quasi-totalité des internautes interrogés (94 %) connaît au moins un réseau social, 62 % d'entre eux en ont déjà consulté un. Plus de la moitié des internautes (53 %) s'est déjà inscrite sur un réseau social et 40 % y ont participé. Ce phénomène concerne les internautes de tous âges et n'est pas exclusivement le seul fait de la jeune génération. En effet, si près des deux tiers des 15-24 ans sont inscrits à un réseau social, cette proportion atteint tout de même 44 % des 35-49 ans.

L'échelle locale aussi

Au niveau local, c'est essentiellement dans les villes que des associations ou des entreprises ont développé des réseaux sociaux de proximité à destination des habitants. Ces réseaux visent à créer (ou recréer) du lien social entre des personnes partageant un même territoire. A titre d'exemple, « Peuplade »⁽³⁾, est un concept de

site visant à réunir les habitants d'un quartier qui partagent une même passion ou un intérêt commun. Paris, Marseille, Grenoble, Lyon, Strasbourg ou encore Toulon ont choisi cette solution. Le site « Ma résidence »⁽⁴⁾ fait également figure de service de proximité entre voisins, tel un réseau social de proximité en ligne. Les communes d'Issy-les-Moulineaux et de Rueil-Malmaison (Hauts-de-Seine) expérimentent actuellement ce service qui permet à chaque habitant d'une résidence de partager gratuitement des petites annonces du quotidien, des bons plans, des loisirs, etc. Autre exemple à Saint-Herblain (Loire-Atlantique), où la mairie a mis en place un site collaboratif pour recenser le patrimoine de la ville⁽⁵⁾. Un « Wikipédia local » propose sur ce site de renforcer l'attachement des Herbinois à leur commune, passée de 5 000 habitants en 1945 à 45 000 aujourd'hui, écartelée entre campagne et quartiers difficiles. Ce réseau vise notamment à renforcer les liens entre générations puisqu'il permet aux anciens de converser avec les plus jeunes sur l'histoire de la commune. Présents dès la naissance du Web avec des sites comme « Copains d'avant »⁽⁶⁾ en France, les réseaux sociaux sont peu à peu devenus un véritable phénomène de société. De Skyblog⁽⁷⁾, plateforme bien connue des 15-24 ans, à MySpace⁽⁸⁾, véritable auberge espagnole culturelle, en passant par le célèbre Facebook⁽⁹⁾, les réseaux sociaux envahissent la Toile. Avec plus de 80 millions d'utilisateurs à travers le monde, Facebook s'est aujourd'hui imposé comme la référence en ce domaine. Ce site est d'ailleurs l'un des premiers à avoir associé les sphères privées et publiques. D'ailleurs, les possibilités offertes par ces réseaux n'ont pas échappé aux hommes politiques. « Ce qui compte, c'est la présence réelle de l'homme politique sur le Réseau : tient-il ses contacts au courant de son activité, met-il à jour son statut ? L'effet positif, à court ou moyen terme : c'est la transparence. En utilisant Facebook comme un vecteur de communication auprès des jeunes, l'homme politique se rend accessible », explique Alain Lefebvre, auteur d'un ouvrage consacré au phénomène des réseaux sociaux⁽¹⁰⁾.

Prudence de mise

En France, dès 1978, la loi « informatique et libertés »⁽¹¹⁾ posait la question de l'utilisation des données et des informations personnelles. Or, c'est précisément sur l'exploitation de ces données à des fins de construction de profils de clients que repose l'équilibre économique des réseaux sociaux. Ainsi, la plupart des réseaux collaboratifs « offrent » des services innovants souvent en contrepartie d'une utilisation commerciale des



Sur le modèle des réseaux collaboratifs, la commune de Saint-Herblain a mis en place un site Internet reposant sur les contributions de ses habitants concernant leur patrimoine.

données personnelles fournies. Une fois en ligne, ces informations pourront être plus ou moins largement diffusées, indexées et analysées. La Commission nationale de l'Informatique et des libertés (CNIL)⁽¹²⁾ a d'ailleurs constaté que, comme l'utilisateur ne maîtrise souvent pas suffisamment ces nouveaux outils, c'est souvent à ses dépens qu'il apprend à s'en servir. A titre d'exemple, même lorsque l'outil est paramétrable, une configuration par défaut favorise souvent une diffusion très large des données, si bien que des informations qui avaient initialement vocation à demeurer dans la sphère privée finissent pas être exposées aux yeux de tous sur Internet.

L'utilisateur n'est donc pas toujours conscient qu'en dévoilant des données sur sa vie privée, ses habitudes de vie, ses loisirs, voire ses opinions politiques ou religieuses, il permet en réalité aux sites de constituer de véritables gisements de données susceptibles ainsi de provoquer de multiples

sollicitations commerciales. Pourtant, une récente étude intitulée « Baromètre de l'intrusion », réalisée par l'Agence marketing services ETO, relevait que 76 % des internautes se disent gênés par le fait que de nombreuses informations les concernant soient stockées dans des fichiers...

Aussi la CNIL invite-t-elle régulièrement les internautes à la plus grande vigilance concernant la nature des données mises en ligne et le choix des personnes qui pourront y accéder. Sans compter que la réputation d'un internaute peut être mise en cause, dans sa sphère privée ou professionnelle, dans le cadre d'un réseau collaboratif. Par ailleurs, sauf dans les cas où ils sont eux-mêmes éditeurs de blogs citoyens, et auquel cas leur responsabilité juridique est en tous points conforme à celle des éditeurs institutionnels, les simples auteurs de messages diffusés par des sites à vocation de débat ne peuvent, en principe, être poursuivis que pour seule complicité. Saisi de cette question, le ministère de l'Intérieur a toutefois précisé que « si certains forums sont utilisés pour diffuser des contenus susceptibles de constituer des délits au sens de la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse, les auteurs de ces propos sont passibles de poursuites pénales »⁽¹³⁾.

Bruno Cohen-Bacrie
directeur de la communication
ville d'Echirrolles

Notes

- (1) Lire sur ce sujet « Les blogs territoriaux : conseils pratiques », *Journal des Maires*, octobre 2008 pages 53-54
- (2) Cette enquête en ligne a été conduite du 12 au 13 novembre 2007 auprès de 600 internautes âgés de 15 à 49 ans.
- (3) www.peuplade.fr
- (4) www.ma-residence.fr
- (5) <http://wiki-patrimoine.saint-herblain.fr>
- (6) <http://copainsdavant.linternaute.com>
- (7) www.skyrock.com/blog
- (8) www.myspace.com
- (9) www.facebook.com
- (10) « Les réseaux sociaux, De Facebook aux Intranets, l'émergence des applications Peopleware », Alain Lefebvre, M 21 éditions, 2008
- (11) Loi n° 78-17 du 6 Janvier 1978 modifiée relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés
- (12) www.cnil.fr
- (13) Réponse du ministre de l'Intérieur, JOAN (Q) du 12 décembre 2006

Pour en savoir plus
« Bienvenue sur Facebook, le mode d'emploi », Albin Michel, 2008