

La société *Les Infostratèges* s'est notamment spécialisée dans la *traque de propos dénigrants* et dans la *négociation à l'amiable* avec les détracteurs, avec un **taux de réussite de 98%**.

La *synergie juridique-technique* des fondateurs de la société *Les Infostratèges* constitue une *expertise rare en e-réputation*, depuis 5 ans.

Les Infostratèges prennent en charge la gestion de l'image des entreprises, des marques ou des personnes sur le Web. Ils interviennent auprès des entreprises privées, des collectivités territoriales et des ministères.

QUELQUES EXEMPLES DE MISSIONS PRISES EN CHARGE PAR LA SOCIÉTÉ LES INFOSTRATÈGES.

MISSION 1

▶ M. X... a été *lynché médiatiquement* à la suite d'une *erreur judiciaire* dont il est sorti blanchi. Tout l'étalage de ce lynchage demeurerait accessible sur le Web plus d'un an après.

- ◆ Suite aux **approches juridiques amiables**, effectuées en direction des sites diffusant ces informations, nous avons obtenus l'**effacement de toutes les traces persistantes** sur le Net, **en quelques semaines**.

MISSION 2

▶ La Société Z... commercialise des *produits atypiques qui dérangent les concurrents*. Certains d'entre eux tentent une *déstabilisation manipulés*.

- ◆ Nous procédons à une **approche amiable** des sites relayant les propos dénigrants, à base d'**arguments judiciaires solides**, en les menaçant d'une action judiciaire. Les propos sont retirés en quelques jours.

MISSION 3

▶ La Société Y... cherche à *faire connaître un nouveau produit* sur le réseau Internet.

- ◆ Après que nous ayons mis en place une **communication web adaptée**, un buzz se développe notamment autour d'une **vidéo vantant les mérites** du produit en question et qui est **dupliquée massivement par les internautes eux-mêmes**. Le chiffre des ventes décolle de 30%.

MISSION 4

▶ La Société C... cherche à connaître l'*état de l'opinion sur Internet* afin d'identifier rapidement les tendances circulant sur ses sujets-clés mais également avoir une meilleure visibilité sur son image et sur celle de ses concurrents.

- ◆ Nous mettons en place une procédure de **surveillance active pour alerter rapidement le client dès qu'une information stratégique circule sur le réseau**.

LA SOCIÉTÉ LES INFOSTRATÈGES VUE PAR LA PRESSE PROFESSIONNELLE :

« E-réputation : un enjeu marketing à ne pas négliger »

L'Atelier, centre de veille technologique du groupe BNP Paribas, a publié une interview de Didier Frochot – cogérant de la société Les Infostratèges –, dans son édition du 8 Octobre 2008. C'est l'occasion d'expliquer qu'il existe des moyens techniques et juridiques pour veiller à la sécurisation et à la défense de l'image des entreprises sur le Net.

Extrait : « Face aux dénigrements, voire aux déstabilisations volontaires, il faut être rapide. En France, le droit de réponse et le délit de diffamation sont prescrits au bout de trois mois à partir de la parution de l'information. Ce qui est absurde dans le cas du Web. Nous proposons donc des services de veille pour repérer au plus tôt les articles préjudiciables. La plupart du temps, le problème se règle à l'amiable, à force d'argumentation juridique. On entre en contact avec le responsable du site. S'il refuse de retirer ses informations, on se tourne vers l'hébergeur. En Europe, il est pénalement responsable dès qu'il apprend qu'il héberge un contenu illicite ou préjudiciable. D'où l'importance d'une expertise également technique : il faut connaître les pays hébergeurs pour épilucher leur législation. »

Source : <http://www.atelier.fr/e-marketing/10/08102008/e-reputation-infostrategies-gestion-de-l-information-37266-.html>

E-marketing

E-réputation : un enjeu marketing à ne pas négliger

Les entreprises doivent veiller à la sécurisation et à la défense de leur image en ligne. Pour ce faire, il existe des moyens techniques et juridiques. Entretien avec Didier Frochot, cogérant des Infostratèges*.

Publié le 08 Octobre 2008



L'Atelier : en quoi l'e-réputation est-elle devenue un élément essentiel dans la gestion d'image d'une entreprise ou même d'une personne ?

Didier Frochot : Dire publiquement du mal d'autrui a toujours existé mais tombait auparavant rapidement dans l'oubli. Avec Internet, tout reste indéfiniment et gratuitement accessible. Il devient donc essentiel d'y soigner son image et de développer une stratégie de communication adaptée. C'est d'autant plus important si l'on considère l'émergence du Web 2.0 où n'importe quelle contribution négative peut être relayée. Cela vaut bien sûr pour les entreprises privées. Cela s'applique également aux pouvoirs publics, notamment aux collectivités territoriales. Même les particuliers doivent apprendre à sécuriser leur cyber-réputation : tout le monde "googlise" tout le monde. Les directeurs de recrutement autant que les postulants qu'ils auditionnent.

Quels sont les moyens concrets de défendre son image sur le Web ?

Face aux dénigrements, voire aux déstabilisations volontaires, il faut être rapide. En France, le droit de réponse et le délit de diffamation sont prescrits au bout de trois mois à partir de la parution de l'information. Ce qui est absurde dans le cas du Web. Nous proposons donc des services de veille pour repérer au plus tôt les articles préjudiciables. La plupart du temps, le problème se règle à l'amiable, à force d'argumentation juridique. On entre en contact avec le responsable du site. S'il refuse de retirer ses informations, on se tourne vers l'hébergeur. En Europe, il est pénalement responsable dès qu'il apprend

Spécialistes « dans la traque aux propos dénigrants »

La Lettre A, la lettre de tous les pouvoirs, évoque le partenariat entre la société Les Infostratèges et la société FILTERIS dans son n°1400 du 20/02/2009 (site payant).

Extrait : « Les Infostratèges vont proposer aux entreprises, en partenariat avec la société québécoise FILTERIS, une offre de surveillance de leur réputation sur le web. Cette start-up française, créée il y a deux ans par un juriste, Didier Frochot, et un informaticien, Fabrice Molinaro, s'est spécialisée dans la traque aux propos dénigrants et la négociation à l'amiable avec les détracteurs. »

S'abonner	Ouvrir un porte-monnaie	Qui sommes-nous?	Contacts	FAQ	Créer un compte	Ligne éditoriale
La Lettre A.fr La lettre de tous les pouvoirs	ACTION PUBLIQUE	STRATÉGIES BUSINESS	MÉDIAS			
	CLUBS & THINK-TANKS	CONSULTANTS & CONSEILS	MOUVEMENTS			
	À LA UNE	DERNIER NUMÉRO	ALERTES	FLUX RSS	ARCHIVES	
LIRE UN ARTICLE						
<p>LA LETTRE A n°1400 du 20/02/2009</p> <p>Les Infostratèges</p> <p>Les Infostratèges vont proposer aux entreprises, en partenariat avec la société québécoise Filteris, une offre de surveillance de leur réputation sur le web. Cette start-up française, créée il y a deux ans par un juriste, Didier Frochot, (...) [82 mots / 1,3€]</p>						

Source : http://www.lalettrea.fr/identification/login_article.asp?rub=login&lang=FRA&service=BRL&context=REC&doc_i_id=56508110&rubrique=consultants_conseils