



digital.union@sonapresse.com

## L'actu du web

Par Innocent M'BADOUA

## TOUTENVÉLO : PRIX DE L'ECONOMIE SOCIALE



Photo: DR

Le réseau Toutenvélo a reçu un prix de l'Economie sociale et solidaire pour son système vertueux de livraison à vélo. Au sujet de Toutenvélo, huit entités existent déjà en France mais cinq à huit nouvelles seront créées en 2022. Non polluante, la logistique à vélo permet d'apaiser les centres-villes et limite la gêne liée au stationnement des véhicules de livraison.

## EMMANUEL MACRON À ZEMMOUR : NE PAS "MANIPULER" L'HISTOIRE



Photo: DR

Emmanuel Macron en déplacement à Vichy comme pour répondre à Eric Zemmour. Sur France Bleu Pays-d'Auvergne, il donne le ton de sa visite : " Gardons-nous de manipuler " l'Histoire. Un avertissement visant directement le fraîchement candidat à l'élection présidentielle 2022, qui a défendu, il y a encore quelques semaines, un prétendu rôle du maréchal Pétain dans le sauvetage des Juifs français. "Vichy nous renvoie à une histoire. Cette histoire, nous l'avons vécue, elle est écrite par les historiennes et historiens ", " gardons-nous de la manipuler, de l'agiter, de la revoir ", a précisé le chef de l'Etat français.

## GÉRARD PIQUÉ : DOMAINES RECONVERSIONS DU FOOTBALLEUR



Photo: DR

Inamovible défenseur du FC Barcelone, Gérard Piqué prépare-t-il sa reconversion ? En plus d'être footballeur, le Catalan de 34 ans est aussi un entrepreneur touche-à-tout. On annonce ses investissements, hors domaine sportif, dans l'industrie du steak haché (Natrus) comme dans l'optique (les Lunettes Kypers), ou de lancer une improbable Coupe du monde de ballons de baudruche (photo) avec sa société Kosmos Global Holding, fondée en 2017.

## LES COMMUNAUTÉS

## L'argent de la pub coule à flots sur les communautés

Innocent M'BADOUA  
Libreville/Gabon

LES publicitaires ont un nouveau réflexe : aller chercher des communautés humaines dans le monde virtuel de l'Internet afin de vendre leurs services ou marchandises. C'est dire que c'est sur le Net que se déverse désormais l'argent et se signent des contrats. Exemple : ayant une communauté active, la chanteuse gabonaise Créol a signé avec l'Agatour une convention pour la promotion de la destination Gabon. En effet, bien que réunissant des populations bien plus hétérogènes que ne pourraient le faire les autres médias, Internet a réussi, par sa multitude de réseaux, à créer des communautés douées d'un fort esprit grégaire. " Lorsque l'on mélange une foule d'internautes avec une myriade de réseaux, on obtient en décoction un univers complexe qui doit, s'il veut satisfaire toutes les attentes, offrir différents services personnalisés et personnalisables", affirme un expert. Ces plateformes, que d'aucuns qualifient de " réseaux socio-numériques ", de " médias sociaux " ou de plateformes collaboratives, se construisent en partie sur l'efficacité d'une



Photo: DR

## Les communautés sur Internet : le nouveau rush des publicitaires.

socialisation en ligne. Faut-il le souligner, le véritable atout des médias contemporains est de pouvoir réunir des centaines de milliers – voire des millions – sous une même enseigne et sans qu'ils soient pour autant géographiquement rassemblés. Les publicitaires s'y sont évidemment adaptés. User intensément du buzz marketing, propager des rumeurs, se servir de la particularité exponentielle

du bouche-à-oreille pour diffuser une information leur est une pratique familière. Tous les acteurs œuvrant à la mise en place stratégique et technique de sites tels que Facebook, Twitter, Instagram ou YouTube cherchent à fidéliser un public d'internautes-acteurs capables de s'auto-organiser en une myriade de collectifs plus ou moins connectés les uns aux autres, plus ou moins ouverts

ou fermés, progressivement institutionnalisés ou mobilisés par des intérêts économiques, politiques, religieux ou militants. Les entreprises ou organisations qui réussissent à créer des communautés, ou contrôler celles qui le sont déjà, n'ont aucun mal à vendre. Dans un autre sens, les communautés les plus dynamiques reçoivent les annonceurs.

## EXPRESSION DIRECTE

## CRÉER DES FORA "D'ENTRAIDE" : CLÉS DE LA RÉUSSITE D'UNE RELATION CLIENT

I.M'B  
Libreville/Gabon

LA 4<sup>e</sup> session des Assises des médias sociaux qui s'est tenue, mercredi dernier, à l'Hôtel Napoléon à Paris, a mis l'accent sur l'importance de la communauté de clients dans les médias sociaux. Organisées par des journalistes et experts des nouveaux médias, lesdites assises ont été marquées par plusieurs témoignages et retours d'expériences sur l'importance de créer des communautés virtuelles pour sa marque, son entreprise.

" La relation client sur les réseaux sociaux n'en est encore qu'à ses balbutiements ", a expliqué Matthew d'Uva, président et CEO de Socap International (réunion d'experts en relation client). Intervenant par visioconférence depuis les États-Unis, Jeff Hagen, directeur du service clients de General Mills a rappelé l'importance de l'anticipation : " Prévoir la frustration des clients pour mieux répondre à leur problème demeure un défi permanent à relever pour les entreprises ". Prenons un exemple. Valérie

Maffiolo, responsable stratégie du service client web 2.0 d'Orange France, a précisé que les médias sociaux demeurent une composante majeure du parcours client en soulignant l'importance de la communauté dans le succès de la relation client sur les réseaux sociaux. Orange France a ainsi créé un Forum "d'entraide" uniquement régi par la communauté d'internautes et un forum "besoin d'aide", puis a mis en place, il y a quelques années, un véritable service client sur les réseaux sociaux géré par une équipe de webconseillers.



Photo: DR