

**Après-Midi Du Métier  
La Rumeur  
19 Juin 2008**

**introduction**

"D'abord un bruit léger [...] *pianissimo*, murmure et file et sème en courant le trait empoisonné. [...] Le mal est fait, il germe, il rampe, il chemine et *rinforzando*, il va le diable. [...] Vous voyez la calomnie se dresser, siffler [...] et devenir un cri général, crescendo public, un chœur de haine et de proscriptions".  
Beaumarchais  
*Le Barbier de Séville*

une nouvelle qui se répand et s'amplifie au sein d'un groupe ou d'une société jusqu'à devenir une vérité apparente, alors qu'elle n'a fait l'objet d'aucune vérification

est un récit qui véhicule sous une forme symbolique des peurs, fantasmes, espoirs

transmet tout ce qui ne peut pas être dit autrement  
fait passer des "messages" indicibles directement.  
photographie de l'état d'esprit d'une société à un moment donné  
inséparables des échanges oraux entre individus

arme  
menace  
jeu

Internet  
outil de propagation idéal des rumeurs  
rapide  
facile à utiliser  
largement répandu  
perçu comme "crédible"

**concepts apparentés**

mythes  
quoi? décrivent les actes créateur fondamentaux  
qui? inconscient collectif  
cible la société

légendes  
quoi? racontent des événements postérieurs à la création  
qui? fantômes, surnaturel, saints...  
cible les pupilles

propagande  
quoi? destinée à influencer ou conditionner un comportement  
qui? rallier des partisans à une cause déterminée  
proche du lobbying  
caractère politique  
cible les masses

lobbying  
quoi? stratégie d'information  
qui? influence des décideurs  
groupe homogène qui souhaite influencer des décisions en sa faveur  
cible les décideurs

désinformation  
qui? leurre  
lancer des informations sur de faux projets  
lancer des fausses informations sur des projets pour dérouter les concurrents en R&D  
qui? le propriétaire d'un projet  
cible les concurrents

[http://www.lemangeur-ocha.com/fileadmin/contenusocha/05\\_histoire\\_os\\_de\\_rat.pdf](http://www.lemangeur-ocha.com/fileadmin/contenusocha/05_histoire_os_de_rat.pdf)

**conditions de fonctionnement**

substrat de vérité  
fait troublant ou ambigu  
contenu doit intéresser la cible  
contexte favorable  
peur  
incertitude

propagateurs  
internet  
blogs  
newsletters  
forums  
médias  
communauté  
communauté

crédibilité  
sceau de l'expertise


naissance de la rumeur  
<http://www2c.ac-lille.fr/bts-lettres/syrumeurcor.htm>

<http://iep2.france.com/rumeur/acteurs.htm>

**pourquoi les rumeurs "marchent" ? > mêmes**

Richard Dawkins  
darwinisme appliqué aux idées  
efficacité des idées

à lire  
Pascal Boyer  
*Et l'homme créa les dieux*  
Folio ISBN-13: 978-2070426959  
[http://en.wikipedia.org/wiki/Internet\\_phenomenon](http://en.wikipedia.org/wiki/Internet_phenomenon)



**gestion de la rumeur**

1. anticiper la rumeur  
réduire la dissémination  
plus une rumeur est répétée, plus elle a de chances d'être crue  
en circulant, elle s'affine vers une proposition plus plausible

2. établir la confiance  
dans l'entreprise  
hors de l'entreprise

3. informer régulièrement  
public  
journalistes  
personnel  
éviter les zones d'ombre  
réduire les incertitudes  
assurer la crédibilité

4. surveiller les conséquences  
possibles  
anticiper > IE  
avérées  
surveiller  
changements dans le volume des ventes  
le chiffre d'affaires  
changement de marque par les consommateurs

si la rumeur est là  
ignorer dangereux  
ridiculiser l'attaque  
confirmer si une partie est vraie  
crédibilise  
réfutation doit être immédiat à double tranchant

stopper l'attaque  
options  
identifier la source  
rechercher faiblesses, contradictions, motivations  
attaquer rendre le débat public

ne jamais s'ériger en victime  
soupçonné = coupable

war rooms

ATTENTION  
risque de récurrence  
une rumeur peut resurgir du passé

**exemples de rumeurs**

typique  
Un nouveau produit serait en cours de développement chez un concurrent.  
vérification des rumeurs  
timing de disponibilité du produit  
tests en cours  
design du produit  
nouvelles fonctionnalités  
avantages du nouveau produit  
packaging  
prix  
marchés cibles  
plan publicitaire/marketing  
réseaux de distribution

l'excès de vitesse de David Douillet  
excès de vitesse au volant d'une Porsche de l'opération "Pièces Jaunes"  
1/02/2008 : ...  
dossier excès vitesse hoax  
Google  
"opération" contenu  
timing  
Bernard Kouchner  
1/01/2005 : ...  
rumeur similaire  
<http://www.hoaxbuster.com/hoaxiste/hoax.php?idArticle=64607>

Emmanueli - sondage  
29/04/2002 : ...  
Emmanueli aurait eu vent (et étouffé) une sondage des RG indiquant un score important pour Le Pen  
des personnes influentes l'ont reçu et propagé  
des sources sérieuses sont citées  
et si c'était vrai?  
fonctionnement  
information de seconde main  
demande de faire suivre  
détention  
le timing  
les ajouts  
emmanueli sondage élection hoax  
Google  
<http://www.temps-reels.net/article818.html>  
<http://pascalfroissart.online.fr/2-presse/2002-metro.pdf>

9.11 - Pentagone  
pas d'avion dans le Pentagone  
théorie du complot  
[http://www.fsa.ulaval.ca/personnel/VernaG/EHF/cons/lectures/la\\_folle\\_rumeur\\_du\\_11\\_09.htm](http://www.fsa.ulaval.ca/personnel/VernaG/EHF/cons/lectures/la_folle_rumeur_du_11_09.htm)  
<http://www.snopes.com/rumors/pentagon.asp>

Procter & Gamble / McDonald  
financés par Moon  
[http://www.sectes-infos.net/Rumeurs\\_3.htm](http://www.sectes-infos.net/Rumeurs_3.htm)  
<http://www.yanicd.com/ancien/cadre/99-02.htm>

"tract de Villejuif"  
photocopie  
additifs alimentaires cancérigènes

**caractéristiques**

dès que la crise est là  
tout va à rebours des lois habituelles  
il faut apprendre à jouer selon de nouvelles règles  
souvent au pire moment (vacances, absences, période difficile)

conditions difficiles  
opinion publique  
victimes, riverains...  
pression  
perte de travail  
demande une réaction ultra rapide  
ambiance hystérique

en situation d'information incomplète  
le plus souvent, la cellule de crise dispose de renseignements vagues sur une réalité lointaine dans l'espace (dans un pays avec lequel les communications ne sont pas faciles, sans personne de fiable sur place)

les informations utiles sont lointaines dans le temps  
retrouver des données oubliées  
la cause de l'accident remonte à une erreur commise, il y a des années  
le document que l'on recherche pour prouver que les études préalables ont bien été faites est dans les archives inaccessibles

la quête d'information porte sur un futur incertain  
conséquences d'un accident sur la santé dans X années

**communication de crise**

communication de crise  
faire des choses désagréables  
s'excuser  
avouer son ignorance et/ou sa responsabilité  
promettre que les erreurs du passé ne se reproduiront pas  
"no comment"  
> attirer le soupçon  
le refus de communiquer  
trouver un compromis entre

surveillance des «signaux faibles» annonciateurs de la crise par la veille  
risques envisageables  
étude des réactions  
surveiller les expériences  
étude de situations similaires

préparation des moyens techniques  
pour un rappel de produit  
structures  
moyens  
procédures  
...

préparation d'argumentaires  
aides mémoire

réaction  
regrouper les demandes que l'on reçoit  
présenter les messages que l'on désire émettre de façon synthétique  
occuper l'espace sur Internet  
site Web «noir» prêt à être activé au jour J  
permet de

création, l'organisation et l'entretien de la cellule de crise  
logistique qui suit même le jour où il y a un accident  
rôles précis assignés à chacun

formation spécifique des membres de la cellule de crise  
aussi "adversaires"  
pour chaque type de crise  
identification des principaux interlocuteurs  
dans chaque domaine (économique, politique, sociétal)

établissement d'un réseau et de contacts favorables avec eux  
lister les médias principaux susceptibles d'être particulièrement intéressés par la crise  
liste de contacts à jour, y compris dans les médias, les agences...  
vérifications et des simulations de crise pour tenir compte des impondérables, des ratés idiots, des réactions psychologiques en situation de stress...  
diffusion des informations sur tout ce qui précède

erreurs à éviter  
passivité et réactions tardive  
communication froide, jargonante, technique qui peut produire l'incompréhension  
la crise est finie, nous avons les chiffres définitifs  
les mesures sont déjà en place  
notre système de sécurité est totalement sûr  
tout a été vérifié  
affirmations hâtives avec le risque d'être démenti par les faits dans l'heure qui suit  
politique du silence, du déni hautain («ces critiques sont faites par des gens incompétents»), du secret systématique  
relativisation, dédramatisation, refus de responsabilité, contestation des thèses alarmistes sans s'être assuré d'avoir les munitions pour  
contradictions entre les déclarations émanant de la même entreprise  
de la douleur des victimes  
donner l'impression de ne pas prendre la mesure de l'inquiétude des personnes concernées  
de l'impact symbolique d'un événement

références  
<http://www.radicallytransparent.com/your-seven-step-online-reputation-crisis-plan/>

**pour en savoir davantage**

Rumeurs et Rumorologie  
<http://pascalfroissart.online.fr/>

HoaxBuster  
<http://www.hoaxbuster.com/>

HoaxKiller  
<http://www.hoaxkiller.fr/>

Snopes  
<http://www.snopes.com/>

RumeursDuNet  
<http://rumeursdunet.com/>

PIERRE-YVES DEBLIQUY

Rue du Collège 107 am - 1050 Bruxelles  
 +32(0)478 412 942 - skype: epystemic

**Brainsfeed**  
 formations / conférences  
 4ème Trim 2009

**Après-midis du Métier**

- Utiliser le Web pour mieux connaître son environnement  
24/09/2009 : 24/09/2009  
2 hour(s)
- Les outils du Web pour mieux connaître son environnement  
15/10/2009 : 15/10/2009  
2 hour(s)
- Utiliser le Web pour mieux communiquer  
19/11/2009 : 19/11/2009  
2 hour(s)
- Les outils de communication du Web  
18/02/2010 : 18/02/2010  
2 hour(s)
- Utiliser le Web pour mieux collaborer  
25/03/2010 : 25/03/2010  
2 hour(s)
- Les outils de collaboration du Web  
15/04/2010 : 15/04/2010  
2 hour(s)
- Utiliser le Web pour mieux vendre ses produits et services  
20/05/2010 : 20/05/2010  
2 hour(s)
- Les outils de commerce électronique du Web  
17/06/2010 : 17/06/2010  
2 hour(s)

conditions

- participants max 50
- prix pp 25,- eur htva
- horaire 16h30 - 18h30
- lieu Chée de Wavre 352  
1040 Bruxelles

**Conférences**

- Utilisation de LinkedIn et des réseaux sociaux pour identifier des personnes  
23/09/2009 : 23/09/2009  
2 hour(s)
- Trouver de l'information européenne  
14/10/2009 : 14/10/2009  
2 hour(s)
- Faire un audit de site Web collaboration CCIBW  
20/10/2009 : 20/10/2009  
4 hour(s)  
<http://www.ccibw.be>
- Introduction au commerce électronique  
13/11/2009 : 13/11/2009  
2 hour(s)

conditions

- participants max 30
- prix pp 50,- eur htva
- horaire 12h - 14h
- lieu CCIBW Nivelles  
Hôtel Euroflat  
Bld Charlemagne 50  
1000 Bruxelles

**Formations**

- La bureautique en ligne pour mieux collaborer  
22/09/2009 : 22/09/2009  
1 day(s)
- Trouver de l'information sur Internet collaboration FEMB  
28/09/2009 : 28/09/2009  
1 day(s)  
<http://www.femb.be/>
- Tout Google pour trouver de l'information  
6/10/2009 : 6/10/2009  
1 day(s)
- Mettre en place une veille automatisée (fils RSS)  
13/10/2009 : 13/10/2009  
1 day(s)
- Introduction aux cartes mentales collaboration FEMB  
23/10/2009 : 23/10/2009  
1 day(s)  
<http://www.femb.be/>
- Introduction à Mind Manager  
28/10/2009 : 28/10/2009  
1 day(s)
- Création et utilisation de fichiers PDF collaboration FEMB  
9/11/2009 : 9/11/2009  
1 day(s)  
<http://www.femb.be/>
- Les 180 outils de Google  
17/11/2009 : 17/11/2009  
1 day(s)
- Trouver de l'information sur le Web  
24/11/2009 : 24/11/2009  
1 day(s)
- Mettre en place une veille automatisée collaboration FEMB  
25/11/2009 : 25/11/2009  
1 day(s)  
<http://www.femb.be/>
- Trouver l'information que Google ne trouve pas  
3/12/2009 : 3/12/2009  
1 day(s)
- Introduction aux cartes mentales  
8/12/2009 : 8/12/2009  
1 day(s)
- Mind Manager et Gestion de projet  
15/12/2009 : 15/12/2009  
1 day(s)

conditions

- participants max 10
- prix pp 350,-
- horaire 9h30 - 17h
- lieu FEMB Chée de Louvain467  
1030 Bruxelles  
Chée de Wavre 352  
1040 Bruxelles

**Showcases**

- Outils du Web 2.0  
8/10/2009 : 8/10/2009  
3 hour(s)
- Outils du Web 2.0  
11/12/2009 : 11/12/2009  
3 hour(s)

détails conditions

- prix pp 25,- eur htva
- participants max 6
- horaire 12h - 15h
- lieu Chée de Wavre 352  
1040 Bruxelles



**Remarque**

les dates, sujets, horaires et lieux de formation/conférence sont donnés à titre indicatifs et sont susceptibles de modification, sans préavis

les formations/conférences pourront être annulées au cas où il n'y aurait pas suffisamment d'inscrits - dans ce cas, Brainsfeed avertira en temps utile les personnes inscrites

pour s'inscrire, prendre contact (ou envoyer un e-mail) avec Brainsfeed avant de vous inscrire, assurez-vous que la date de la formation n'a pas été modifiée

pour rester au courant de notre actualité (activités, formations, trucs & astuces) et bénéficier de réductions, inscrivez-vous à notre newsletter [brainsnews+subscribe@googlegroups.com](mailto:brainsnews+subscribe@googlegroups.com)

plus d'info sur nos activités

- <http://www.brainsfeed.com>
- <http://blog.brainsfeed.eu>
- <http://docs.brainsfeed.eu>
- <http://blog.euresis.com>



## Brainsfeed Nos Formations

### Acrobat et les fichiers PDF

- Introduction à Adobe Acrobat
- Adobe Acrobat avancé
- Créer et manipuler des documents PDF
- Adobe Acrobat et Ms Office
- Créer des documents PDF sans Adobe Acrobat

### Mind Mapping et Mind Manager

- Introduction aux cartes mentales
- Mind Manager et Ms-Word
- Mind Manager et Gestion de Projet

### Internet et Web

- Trouver de l'information sur Internet
- Trouver labonne information rapidement sur le Web
- Trouver, capturer et conserver l'information
- Trouver de l'information européenne
- Mettre en place un projet de commerce électronique
- Mettre en place une veille automatisée (fils RSS)
- Firefox pour plus d'efficacité dans vos recherches
- Travailler autrement grâce aux outils du Web 2.0
- Techniques de marketing en ligne
- Professionaliser ses recherche sur Internet
- Mettre en place des outils de veille en PME
- Comment évaluer une information
- Tout Google
- Créer son moteur de recherche personnalisé

### Divers

- L'art de la Présentation (powerpoint)
- La bureautique en ligne pour mieux collaborer
- Gestion de projet avec JCVGantt
- Enregistrer ses formations, ses présentations... avec Camtasia
- Le scanning de documents
- Scanner efficacement avec Fine Reader Pro

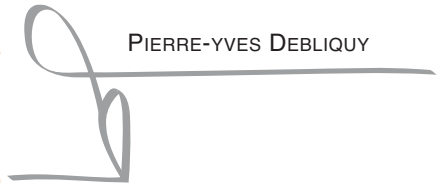


### Remarque

- Ces formations peuvent être organisées dans votre entreprise, à votre demande
- Groupes de maximum 10 personnes
- Durée: 1 jour
- Pour organiser ces formations, prendre contact (ou envoyer un e-mail) avec Brainsfeed
- pour rester au courant de notre actualité (activités, formations, trucs & astuces) et bénéficier de réductions, inscrivez-vous à notre newsletter

[brainsnews+subscribe@googlegroups.com](mailto:brainsnews+subscribe@googlegroups.com) 

**BRAINSFEEED**  
THE WEB AS A STRATEGIC TOOL  
dyp@brainsfeed.com - www.brainsfeed.com  
http://blog.euresis.com - http://docs.brainsfeed.eu



PIERRE-YVES DEBLIQUY

Rue du Collège 107 arm - 1050 Bruxelles  
+32(0)478 412 942 - skype: epystemic

plus d'info  
sur nos activités

- <http://www.brainsfeed.com>
- <http://blog.brainsfeed.eu>
- <http://docs.brainsfeed.eu>
- <http://blog.euresis.com>

# Services BrainsFeed

**donnez un second souffle à votre site web**

- audit de visibilité de votre site
- touchez-vous la bonne cible?
- votre site est-il adapté à vos ambitions
- comparaison avec 4 sites analogues
- analyse comparative des efforts investis dans chacun des sites analysés
- analyse réalisée par min. 3 experts
- des recommandations pour améliorer votre visibilité

## FeedsBlow

vous disposez d'un rapport présentant les différents aspects analysés, les constats... et des recommandations pour faire évoluer la situations

à l'issue de la mission

2 jours/homme durée

2.000,- coût

en nos bureaux  
débriefing chez le client prestations

**sachez à qui vous parlez**

qui est réellement la personne ou l'entreprise que vous allez rencontrer?

- que dit-elle d'elle-même?
- que dit-on d'elle
- un rapport complet
- présenté sous forme de carte mentale pour une lecture claire

## FeedScope

vous disposez d'un rapport de recherche, présenté sous forme de carte mentale, qui vous résume les informations disponibles sur le Web

à l'issue de la mission

2 jours/homme durée

2.000,- forfait coût

en nos bureaux  
débriefing chez le client prestations

**faites évoluer votre entreprise dans le domaine de l'utilisation des outils du Web 2.0**

## FeedsCoach

caractéristiques
 

- un projet concret par mois
- un suivi personnalisé

à l'issue de la mission
 

- l'entreprise se sera approprié différentes nouvelles technologies du web et aura acquis des avantages compétitifs grâce à elles

durée 2 demi-jours/homme par mois

prestations
 

- locales
- à distance

coût 800 euros/mois

**rendez votre entreprise intelligente**

## FeedSME

caractéristiques
 

- accompagnement de votre entreprise
- découverte de l'intelligence stratégique
- formation à la recherche d'information et à la veille
- assistance à la réalisation de deux projets concrets d'intelligence stratégique

à l'issue de la mission
 

- l'entreprise est devenue autonome pour identifier des questions stratégiques et mettre en place le projet de collecte et d'analyse d'éléments de réponse

durée 12 jours/homme

prestations
 

- locales
- à distance

coût forfait 12.000 euros

**surveillez votre environnement, et ne soyez plus surpris par les décisions et les actions de vos concurrents**

## FeedOpia

caractéristiques
 

- mise en place d'un système de collecte d'information
- sur les sujets de votre choix
  - concurrents
  - clients
  - fournisseurs
  - décrets
  - ...
- l'information vous parvient dès qu'elle paraît
- un considérable avantage stratégique sur vos concurrents

durant cette mission
 

- vous disposez d'un système basé sur les flux RSS qui vous informe automatiquement sur les sujets sélectionnés
- Brainsfeed s'occupe de la gestion technique du système

durée
 

- sur devis
- sur abonnement

coût sur devis

prestations
 

- en nos bureaux
- débriefing chez le client