



RÉPUBLIQUE DU BÉNIN

MINISTÈRE DE LA DÉFENSE
NATIONALE

ETAT-MAJOR GENERAL

N°23-1674 EMG/CIDE/SA

01 BP 772 Cotonou

Tél : +(229) 21.30.02.58

copsemg@yahoo.fr

Cotonou, le 13 juin 2023

INSTRUCTION

DU

CHEF D'ETAT-MAJOR GENERAL

SUR

L'UTILISATION DES RESEAUX SOCIAUX PAR LES PERSONNELS MILITAIRES DES FORCES ARMEES BENINOISES

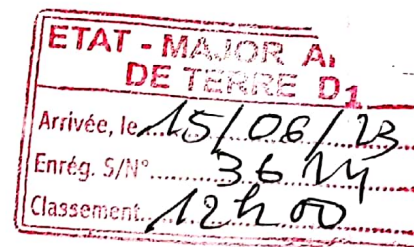
REFERENCES

- loi n°2020-15 du 03 juillet 2020 modifiant et complétant la loi n°90-016 du 18 juin 1990 portant création des Forces armées béninoises ;
- la loi n° 2020-19 du 03 juillet 2020 portant statut spécial des personnels des Forces armées béninoises ;
- la loi n° 2020-28 du 02 septembre 2020 portant modification de la loi n° 2020-19 du 03 juillet 2020 portant statut spécial des personnels des Forces armées béninoises ;
- le décret n°2021-579 du 03 novembre 2021 portant organisation générale des Forces armées béninoises et organisation du commandement dans les Forces armées béninoises.

DESTINATAIRES

- MPRCDN (ATCR)
- CEMAT, CEMMN, CEMAA, CEMGN
- DOIA

Edition JUIN 2023



PREAMBULE

Les réseaux sociaux ont aujourd'hui une dimension importante dans la vie quotidienne des individus. Ils sont des plates-formes interactives qui peuvent être collaboratives, de partage et d'échange. Ils offrent des services très variés aux utilisateurs : mails, chats, blogs, partage de photos, vidéos, géolocalisation, forum.....

Les réseaux sociaux font partie intégrante des médias sociaux, ils réunissent des individus autour d'intérêts communs. Aujourd'hui, Facebook, Instagram, twitter, WhatsApp et TikTok, pour ne citer que ces réseaux sociaux sont devenus quasi incontournables.

Ils affectent aussi durablement les domaines militaires les plus divers comme l'administration de l'outil de défense, la discipline et la conduite des opérations militaires. Les événements récents dans les FAB rappellent ainsi que les armées n'échappent pas au phénomène : avec la fuite de documents militaires sur Facebook, la circulation de fausses informations à caractère militaire sur WhatsApp entre autres.

Dans le domaine militaire, les réseaux sociaux sont ambivalents : ils peuvent être utilisés au profit des forces armées ou à leur détriment. L'intérêt pour le personnel des FAB à utiliser ces outils si pratiques pour communiquer avec leurs proches au quotidien mais aussi dans des situations d'éloignement, notamment lors des opérations extérieures et intérieures est réel. Mais un usage inapproprié de ces réseaux peut mettre en péril la vie et la cohésion des armées ainsi que le succès des opérations militaires.

La présente directive a pour objectif d'aider le personnel militaire des FAB à bien utiliser ces médias et à se poser les bonnes questions avant de publier certains contenus. Elle contribue aussi à les sensibiliser aux risques potentiels que comporte l'usage régulier de ces outils. Outre les limites fixées par le statut militaire, il est fait appel au bon sens et à la responsabilité de tous.

Pour ce faire, cette directive fait un point de situation sur les réseaux sociaux, les risques de leur utilisation à des fins professionnelles et met en perspective les conséquences potentielles pour les Forces Armées Béninoises. Elle fait suite à des enseignements tirés de situations récentes et d'exploitation de divers retours

d'expériences portant sur la nature et les conséquences des réseaux sociaux pour les forces armées.

De plus, cette directive a pour objet de définir les limites de l'utilisation des réseaux sociaux par le personnel militaire des FAB et les sanctions potentiellement encourues en cas de violation du cadre réglementaire ainsi défini.

Enfin, cette directive devra être largement diffusée et commentée jusqu'aux échelons les plus bas en mettant chaque utilisateur militaire des réseaux sociaux devant ses responsabilités afin que de bonnes pratiques s'instaurent dans le milieu militaire.



Général de Brigade Fructueux C. A. GBAGUIDI

Chef d'Etat-Major Général

**UTILISATION DES RESEAUX SOCIAUX
PAR PERSONNELS MILITAIRES DES
FORCES ARMEES BENINOISES**

SOMMAIRE

TITRE	Page
PREAMBULE	2
1. Les règles fondamentales	6
1.1. Vous pouvez ternir l'image des FAB et mettre en péril les opérations	6
1.2. Toute donnée est exploitable pour le renseignement	6
1.3. Rien ne disparaît sur l'Internet	6
1.4. Vous avez un devoir de réserve et de discrétion	6
1.5. Veillez à séparer vie privée et vie militaire	7
2. Bonnes pratiques	7
2.1. Adoptez les bons réflexes	7
2.1.1. Sur vos comptes et profils	7
2.2. Sur votre profil personnel	8
2.3. Sur votre profil professionnel (LinkedIn, Viadeo)	8
2.4. Au quotidien sur vos profils	8
2.5. Les applications en flux directs	9
2.6. En opération	9
2.6.1. Matériel	9
2.6.2 Contenu	9
2.7. Sensibilisez votre entourage	10
3. Sanctions possibles encourues	10
4. RESUMONS	11
5. CONCLUSIONS	12
6. CLOSSAIRE	13

Ar

1. Les règles fondamentales

1.1. Vous pouvez ternir l'image des FAB et mettre en péril les opérations

Une utilisation non maîtrisée des réseaux sociaux aura un impact sur la sécurité de l'institution militaire et son personnel, des opérations ainsi que de leur succès, dans la mesure où elle renseigne les personnes mal intentionnées.

1.2. Toute donnée est exploitable pour le renseignement

Toute publication est une porte d'entrée pour obtenir des informations concernant une personne ou une institution. Ainsi, il est possible de réaliser une véritable enquête sur vous, votre unité, d'identifier vos proches, vos habitudes, votre travail, vos missions etc... grâce à vos différents messages, photos, vidéos, status, etc... Tous les éléments nécessaires à une surveillance peuvent ainsi être mis en place sur vous, votre entourage et votre unité à travers votre présence sur les réseaux sociaux. Il est donc primordial de bien filtrer ce que vous publiez.

1.3. Rien ne disparaît sur l'Internet

Toute publication (photos, vidéos, messages...) devient comme publique dès qu'elle est postée. Elle est conservée sur les serveurs des différentes applications, elle peut être capturée par une tierce personne pour un usage ultérieur ou une diffusion immédiate à large échelle. Il faut retenir que les données que vous publiez ne vous appartiennent plus. Toute information que vous donnez sur l'internet, notamment sur les réseaux sociaux, est susceptible d'être vue et connue par tous. Ainsi tant votre vie personnelle privée que professionnelle militaire peut être étalée au grand jour, avec des conséquences sur vous et vos proches d'une part, et sur vous et vos camarades, collègues, votre corps et toute l'institution des Forces Armées Béninoises d'autre part.

1.4. Vous avez un devoir de réserve et de discrétion

De par votre statut de membre des Forces Armées Béninoises, vous avez un devoir de réserve et de discrétion. En l'occurrence, l'article 20 de la loi N° 2020-19 DU 03 juillet 2020 portant statut spécial des personnels des Forces armées béninoises

disposé qu'il est interdit de publier sans autorisation des écrits faisant état de sa situation militaire. L'article 25 de la même loi établit que les militaires sont tenus à une obligation de réserve pour tout ce qui concerne les faits et informations dont ils ont connaissance dans l'exercice ou à l'occasion de l'exercice de leurs fonctions.

Tout le personnel militaire est garant de l'image des FAB. En faisant état directement ou indirectement, à travers les réseaux sociaux, de sa qualité de personnel militaire, toute publication est considérée comme émanant de l'institution, donc comme étant une information officielle provenant des Forces Armées. Il est donc impératif de respecter le devoir de réserve et la règle de discrétion et nécessaire de garder cette réflexion en tête : toute publication sur les réseaux sociaux peut porter atteinte à l'image des FAB.

1.5. Veillez à séparer vie privée et vie militaire

Vos comptes et profils personnels ne doivent afficher aucune information à caractère strictement professionnel. L'utilisation des réseaux sociaux doit être limitée à un caractère strictement privé et familial. Il est particulièrement interdit d'y publier des documents officiels. Sur les réseaux sociaux, des comptes institutionnels officiels peuvent être établis. Ils sont alors les seuls, habilités à représenter les Forces armées béninoises et constituent des canaux de communication officielle en accord avec les règles et les autorisations de la hiérarchie.

2. Bonnes pratiques

2.1. Adoptez les bons réflexes

2.1.1. Sur vos comptes et profils

- Veillez à sécuriser l'accès à vos comptes. Utilisez un mot de passe robuste (au minimum, huit (8) caractères, avec un caractère spécial # \$ @ & * . , ; , une lettre majuscule, un chiffre) à renouveler régulièrement (tous les trois (3) mois est une bonne périodicité moyenne indiquée). Personne ne doit pouvoir deviner vos mots de passe. Créez des mots de passe impersonnels et avec toutes sortes de caractères. Ne les dévoilez à personne. Évitez de les mémoriser automatiquement sur vos sessions surtout sur les terminaux partagés. Ne les

notez pas dans vos carnets ou sur des bouts de papiers qui traînent sur votre bureau.

- Activez l'autorisation à double facteur pour mettre en place une barrière supplémentaire à l'accès à votre compte afin d'éviter les prises de contrôle de votre compte par une tierce personne qui trouverait votre mot de passe. Redoublez de vigilance si vous accédez à votre compte via un ordinateur ou autre terminal partagé ; n'oubliez pas de vous déconnecter en fin d'utilisation. En général, veillez à sécuriser vos terminaux (ordinateurs, smartphones, tablettes...), en contrôlant qui y a accès, et en cas de pertes, réagissez immédiatement pour changer tous vos mots de passes et vérifier que vos comptes n'ont pas été compromis. S'il s'agit de terminaux de services, il faut en aviser immédiatement les personnes responsables de la sécurité informatique pour que les mesures idoines de protection des systèmes et réseaux soient prises.
- avant de publier, assurez-vous que vos actions (publications, partage, «j'aime») ne sont pas configurées par défaut en mode « public », mais qu'elles sont au contraire seulement accessibles aux contacts que vous autorisez (amis/ connaissances uniquement / groupes fermés).

2.2. Sur votre profil personnel

- ne faites pas état de votre statut de personnel militaire ; l'appartenance au ministère de la défense (fonction, unité, photo en uniforme, bande patronymique, etc....) ne doit pas être identifiable en consultant votre profil ;
- préférez l'utilisation d'un pseudonyme et/ou d'un avatar, afin d'éviter tout risque d'identification.

2.3. Sur votre profil professionnel (LinkedIn, Viadeo)

- les contenus que vous divulguez ne doivent être ni trop détaillés ni trop précis (affectation, spécialité, etc.)
- préférez l'appellation « agent de la fonction publique » lorsque vous mentionnez votre statut ;

Ch

- ne donnez pas d'informations privées (adresse postale, téléphone, etc....) ou des liens vers vos profils privés ;
- la publication d'une photographie doit également être réfléchie. Est-elle utile ? Adaptée au contexte d'emploi ? Rappel : les photos à caractère professionnel et opérationnel sont interdites.

2.4. Au quotidien sur vos profils

- n'acceptez sur les réseaux sociaux personnels que des personnes connues ;
- respectez la réglementation en vigueur relative au droit d'expression des militaires ;
- ne communiquez pas d'informations confidentielles susceptibles de mettre en danger les opérations, la vie de ceux qui les mènent ou de nuire à l'image des forces armées ;
- n'évoquez pas vos missions (passées, en cours et surtout à venir) ou votre emploi du temps, même partiellement ;
- vérifiez systématiquement les arrière-plans de vos vidéos/photos avant de les publier (pas de sites militaires, de camarades en tenue, etc) ;
- n'utilisez pas la géolocalisation ni l'identification sur les photos publiées ;
- n'identifiez pas les autres personnels militaires dans vos commentaires ou en photo/vidéo ;
- vérifiez les paramètres de confidentialité (modifiés sans préavis sur Facebook) et changez régulièrement vos mots de passe ;
- sensibilisez votre entourage à l'utilisation des réseaux sociaux.

2.5. Les applications en flux directs

Très populaires sur les réseaux sociaux, ce type d'application (Facebook live, Youtube live, Snapchat, Tiktok, , etc.) permet de faire vivre en direct un événement ou son quotidien à des milliers de personnes non identifiées et non identifiables depuis un simple smartphone. L'utilisation de ce type de publication est interdite dans les enceintes militaires et, plus largement, lors des activités professionnelles, lorsqu'un lien peut être établi de près ou de loin.

ch

2.6. En opération

Pour votre sécurité, celle des opérations et missions, certaines règles strictes sont à appliquer :

2.6.1. Matériel

- désactivez la géolocalisation de votre smartphone ;
- vérifiez les paramètres de sécurité (modifiés sans préavis par Facebook)

2.6.2. Contenus

- filmer ou photographier au combat est un acte d'indiscipline qui met en danger votre sécurité et celle de vos compagnons d'armes. C'est aussi un moyen de renseigner l'ennemi sur les procédures tactiques ;
- toute diffusion de photos et de vidéos informant sur le camp (entrée/ sortie, agencement, etc) et les missions (cartes, matériels, écrans, programmation, etc) est interdite ;
- il est interdit de diffuser tout contenu lié à une quelconque opération sur vos profils.

2.7. Sensibilisez votre entourage

Le besoin de vos proches d'exprimer leur ressenti concernant vos missions ou activités peut les conduire à commettre, malgré eux, des indiscretions. Il faut les mettre à contribution pour votre sécurité et la leur, en les invitant à ne pas faire des publications susceptibles de donner des indications sur vous, votre travail et vos missions. Vous devez les sensibiliser et leur faire comprendre qu'ils vous mettent dans l'embarras lorsqu'ils vous questionnent publiquement sur les réseaux sociaux, au sujet d'informations que vous ne pouvez pas communiquer. Sur les profils de vos proches, si ces derniers diffusent une photo où vous apparaissez, indiquez-leur de ne pas vous identifier comme personnel en uniforme.

3. Sanctions possibles encourues

Lorsque vous faites un usage inapproprié (manquements aux instructions contenues dans la présente directive) des réseaux sociaux, vous commettez une faute professionnelle grave. Par conséquent :

- vous êtes passibles de sanctions disciplinaires conformément au règlement de discipline générale dans les Forces Armées Béninoises (décret n° 2008-493 du 29 août 2008) ;
- les catégories de motifs applicables sont :
 - fautes contre complot, incitation au désordre, passivité ;
 - fautes contre le renom de l'armée ;
 - fautes pour atteinte à la neutralité des armées ;
 - fautes pour infractions aux règles de protection du secret ;
- certains manquements pourraient même entraîner des poursuites judiciaires pouvant déboucher sur des condamnations pénales.

CONCLUSION

Les réseaux sociaux constituent un phénomène en pleine expansion grâce aux progrès des technologies de l'information et de la communication, et à l'apparition de puissants opérateurs commerciaux, rendant leur usage à la portée du plus grand nombre pour les utilisations les plus variées. Ils permettent la mise en relation d'une multitude d'internautes partageant les mêmes centres d'intérêt ou une curiosité ponctuelle.

Au-delà de la compression inédite du temps et de l'espace, les réseaux sociaux bouleversent les circuits traditionnels de la communication : une information a de l'importance si elle est partagée, commentée, retransmise par le plus grand nombre d'internautes. Ceux-ci peuvent acquérir un pouvoir d'influence en fédérant des groupes virtuels sur un sujet précis ou une thématique plus générale, et remettre en cause toute information de source officielle considérée comme non légitime.

Les nouvelles formes de circulation de l'information induites par les réseaux sociaux recèlent des risques certains pour les armées : ingérence voire intrusion numérique, divulgation de données sensibles, mobilisations d'internautes militaires hors de tout contrôle hiérarchique, difficulté à conduire une communication de crise.

Les réseaux sociaux offrent également de nombreuses opportunités pour les forces armées, tant dans le domaine opérationnel (communication opérationnelle, opérations militaires d'influence, ciblage, ...) que dans des domaines sociétaux (renforcement du lien armée-nation).

Phénomène complexe et dynamique, les réseaux sociaux n'ont sûrement pas livré toutes leurs potentialités et l'on manque encore de recul pour en tirer toutes les conséquences. Néanmoins, les Forces Armées Béninoises doivent encadrer les pratiques émergentes au sein de la communauté internaute militaire et sanctionner les écarts de comportement en matière organique et opérationnelle.

GLOSSAIRE

Internaute	Utilisateur du réseau internet. Le terme internaute est de forme métaphorique, construit à partir du nom internet et du suffixe-naute. Il désigne une personne qui utilise un navigateur web et par extension, toute personne employant une application informatique permettant d'obtenir sur internet des informations ou de l'interactivité avec d'autres personnes : courrier électronique, chat, etc.
Médiaux sociaux	Appellation regroupant les sites de partage (Flickr, Dailymotion...), de discussion (WhatsApp...), de commerce (Amazon...), de localisation (Foursquare...), de réseau professionnel (LinkedIn, Viadeo), de jeux (Habbo, Zynga...) et de publication (Tumblr, Twitter...) et naturellement les plus connus, Facebook (Meta) et Google. Ils favorisent les interactions entre les individus ou les groupes d'individus.
Réseaux sociaux	Sites capables de fédérer des individus autour d'un intérêt commun (photos, vidéos, actualités...), les réseaux sociaux mettent à disposition des utilisateurs des outils (messageries, partage de contenus...) qui facilitent la communication entre les membres du réseau.
Géo-localisation	Fonction disponible à partir d'un terminal mobile (tablettes, téléphones portables...) souvent automatique, permettant de situer géographiquement une action « Paul se trouve près du camp Guézo »
Facebook	A l'origine un réseau social créé pour l'université Harvard qui s'est ensuite développé à d'autres universités pour s'ouvrir en 2007 à l'ensemble de la population. Ce réseau permet de publier et d'échanger des informations au sein de sa plateforme ou à un plus grand nombre. Il rassemble aujourd'hui plus du milliard d'utilisateurs dans le monde.
Flickr	Site Internet d'hébergement et de partage d'images.
WhatsApp	Le nom WhatsApp est une déformation de What's up « quoi de neuf ? » en français. Fondée en 2009 par Jan Koun et Brian Acton, il est une application mobile de messagerie instantanée qui a pour but de remplacer le SMS. Cette application permet d'envoyer gratuitement via

	internet couplé à un numéro de téléphone, un message (texte ou vocal), des images et des petites vidéos à un ou plusieurs contacts. Ceci nécessite que non seulement l'émetteur du message, mais aussi tous les destinataires soient utilisateurs de l'application. Elle est très utilisée de nos jours par le personnel des Forces Armées Béninoises.
Messenger	Facebook Messenger est un système de messagerie instantanée créé par la société Facebook. Elle permet aux membres du réseau social de dialoguer avec leurs contacts sans être forcément connectés au site web. L'application est aussi disponible aux utilisateurs ne disposant pas compte Facebook mais s'inscrivant avec leur numéro de téléphone. Il y a une dizaine d'années encore, c'était l'appellation commune du logiciel de messagerie instantanée Windows Live Messenger (auparavant MSN Messenger) créé par Microsoft.
Foursquare	Ce média social est fondé sur la géolocalisation de l'abonné. Il est principalement utilisé à partir de smartphones ou de tablettes. L'utilisateur, en indiquant où il se situe, découvre les abonnés, les commerces, les restaurants à proximité de son emplacement. L'engouement pour cette application vient de son principe de jeu : l'abonné gagne des points selon son lieu de géolocalisation et son classement, il reçoit alors des badges.
Instagram	Instagram est un réseau social de partage de photos et de courtes vidéos avec un réseau d'amis ; les photos peuvent y être retouchées avant leur publication. Ce réseau social est détenu depuis 2012 par Facebook, ce qui permet des intégration et interactions entre les deux plateformes. Instagram est beaucoup utilisée pour faire la promotion d'offres et de produits par les entreprises et par les particuliers en quête de visibilité.
LinkedIn/Vimeo	Réseaux sociaux professionnels disponibles sur Internet. Ils permettent de créer et de fédérer un réseau professionnel autour de son profil (CV). Ces sites sont souvent utilisés pour la recherche d'emploi.

Twitter	Twitter est un réseau social qui permet à ses utilisateurs de publier des messages courts appelés tweets limités à 280 caractères par publication et pouvant contenir des images ou des vidéos. C'est un réseau social de microblogging.
Wikipédia	Le site a pour slogan « le projet d'encyclopédie librement distribuable que chacun peut améliorer ». C'est un projet universel et multilingue, basé sur l'enrichissement apporté par les internautes. Toute personne peut écrire et modifier des articles, ce qui lui vaut d'être qualifiée d'encyclopédie participative. Pour un usage courant, les informations fournies sont généralement suffisantes. Pour des fins d'études, de recherche de données plus précises il est recommandé de croiser les informations trouvées avec d'autres sources, car les articles de Wikipédia peuvent parfois n'être que le reflet de la pensée de l'auteur et non de la réalité des faits.
YouTube /Daily motion	Plateformes de diffusion vidéo sur lesquelles il est possible de poster, diffuser et visualiser des vidéos.
TikTok	TikTok se focalise sur la création et le partage de contenus vidéo courts accompagnés de musique. Plusieurs effets sont mis à la disposition des utilisateurs pour rendre plus attrayantes leurs publications. Contrairement à d'autres réseaux sociaux, consulter le contenu sur TikTok ne nécessite pas d'être membre, c'est-à-dire de créer un compte. TikTok propose de passer d'une vidéo à une autre en les faisant défiler d'un geste du doigt (swiper). La suite de vidéos s'adapte dynamiquement aux choix de visualisation de l'utilisateur grâce à l'algorithme qui analyse ses habitudes et interactions avec l'application (vidéos regardées, likées, partagées, comptes suivis, etc...). La facilité d'accès, de prise en main et de manipulation, le contenu diversifié, divertissant, en font un réseau social addictif au grand succès avec de nombreux utilisateurs qui rejoignent la plateforme actuellement. C'est le réseau social à la mode.
Twitter	Utilisateur de Twitter.

Abonné / Suiveur / Follower	Représente le nombre d'utilisateurs suivant votre compte. A l'instar de Facebook, les tweets du compte apparaitront sur un fil d'actualité.
@	Le signe arobase (@) est utilisé pour mentionner ou interpeller un utilisateur dans un message, ce dernier pourra visualiser les questions ou les citations dont il fait l'objet dans la zone « @Connecter »
Hashtags #	Le dièse # se place devant un mot, il permet de signaler une thématique, un mot-clé. Il faut supprimer les espaces (ex. « gouvernement du Bénin »).
Message / Tweet	Message comportant 140 caractères maximum, lien URL compris (les URL sont raccourcis automatiquement)
Retweet / RT	Partager, faire suivre à ses abonnés un tweet d'une tierce personne.
Ami	Personne avec laquelle vous êtes connecté et avec qui vous échangez du contenu. Une validation du propriétaire de la page est nécessaire afin d'accepter la demande d'amitié.
Commentaire	Remarque, observation laissée sur votre page par un de vos amis. Il est possible de désactiver les commentaires sur une page personnelle mais pas dans un groupe.
Fil d'actualité / Newsfeed	Espace d'affichage chronologique des informations postées par vos amis, les groupes que vous suivez et vous-même
Groupe	Communauté partageant un intérêt commun, il peut être fermé ou ouvert.
J'aime/Like	Bouton qui permet d'indiquer un avis positif sur un contenu mais également d'intégrer un groupe.
Mur/Timeline	Zone sur votre profil où s'affiche les informations que vous publiez ainsi, que celles publiées par vos amis.

Page	Une page permet à une organisation, une entreprise une marque... de se connecter avec d'autres personnes ayant un compte Facebook. Lorsque vous êtes fan d'une page , vous recevez sur votre profil d'actualité les nouvelles publications.
Partager/Share	Action de mettre à disposition sur son espace, un article une image, un commentaire...Le partage est l'un des principaux piliers du réseautage social.
Post	Contenu publié sur son mur (articles, photos, vidéos...)
Taguer	Marquer une publication (texte, image, vidéo...), il permet de relier le contenu à une personne ou un profil. Ce taggage peut être nominatif ou géographique
Fan	Personne ayant indiqué qu'elle aimait votre page en cliquant sur le bouton « J'aime » situé en haut de la page. Pour annuler cette action, elle doit revenir sur votre page et cliquer sur « Je n'aime »
Influenceur (euse)	Un influenceur est une personne qui, par son exposition médiatique, peut influencer les comportements de consommation dans un univers donné. La majorité des influenceurs utilise un blog ou les réseaux sociaux pour diffuser leur contenu. Leur influence sur la consommation explique pourquoi les marques font aujourd'hui souvent appel à eux afin de collaborer sur des actions marketing et publicitaires. L'influenceur devient alors un ambassadeur de la marque. Son pouvoir d'influence dépend du nombre de personnes qui le suivent sur les réseaux sociaux ou sur son blog (sa communauté) et de son expertise dans son domaine.
Community Manager	Le Community manager est la personne responsable de l'image d'une marque ou d'une entreprise sur les réseaux sociaux et sur le web. Il communique sur les réseaux au nom de l'entreprise. Il permet à celle-ci d'être présente et active sur le web. Le

	<p>Community manager gère les pages sociales de la marque comme Facebook ou Twitter et intervient dans des forums ou des conversations entre internautes. En bref, il doit animer la communauté de la marque sur les plateformes en ligne. Le Community management suit une stratégie qui doit être définie à l'avance. Il faut déterminer le ton utilisé, la fréquence des messages, le type de messages postés, etc.</p>
Intox/Infox/Fake News	<p>Une intox est une action délibérée ou insidieuse qui consiste à propager une information fausse, tendancieuse, mensongère ou non vérifiée (Infox, Fake News, canulars) en la faisant passer pour vraie.</p> <p>Les internautes coopèrent souvent de manière ignorante à la propagation des fausses informations en les relayant en masse.</p> <p>Les articles contenant de fausses nouvelles emploient souvent des titres accrocheurs ou des informations entièrement fabriquées en vue d'augmenter le nombre de lecteurs et de partages en ligne. Elles peuvent émaner de blogueurs ou de réseaux sociaux, de médias, de personnalités politiques ou de groupes d'intérêts, etc....Elles peuvent impacter l'opinion publique et se sont illustrées particulièrement lors des élections présidentielles américaines de 2016.</p>
Scroller/Swiper	<p>Scroller est l'action de faire défiler verticalement le contenu d'un document sur un écran d'ordinateur à l'aide de la molette d'une souris ou d'un pavé tactile. Sur un écran tactile de téléphone portable ou de tablette, l'action de défilement se fait à l'aide d'un doigt souvent de bas en haut ou de droite à gauche.</p>