



Comment éviter trolls, bad buzz, détournement de compte...? Conseils de Soundous Jeljoul

(Octobre 2021)

Une étude menée auprès de plus de 4 000 utilisateurs des réseaux sociaux dans 5 pays montre que 45 % ont été victimes d'une attaque¹. Très souvent, les comptes n'étaient pas sécurisés. Exemple : plus d'un quart des utilisateurs n'avaient pas activé la procédure de double authentification.

Soundous Jeljoul, Chargée de communication numérique d'Amnesty international France a partagé son expérience.

Avez-vous été victime d'une attaque sur un des réseaux sociaux d'Amnesty ?

Oui, il y a quelques mois, notre compte Instagram a été hacké par une technique d'hameçonnage.

La section belge d'Amnesty International a également été hackée. Dans un moment de précipitation, j'ai malencontreusement cliqué sur un lien malveillant et j'ai entré le login/mot de passe. Le compte a été bloqué par Instagram pour violation des droits d'auteur. Nous avons immédiatement pris contact avec un salarié de chez Facebook. Dans l'heure qui suivait le détournement, tous nos posts étaient supprimés. Heureusement, deux heures après le piratage, nous avons récupéré le contrôle de notre compte. Et grâce à la fonction *Archives d'Instagram*, nous avons retrouvé tous les posts supprimés.

Cette mésaventure nous a servi de leçon. Toutes les sections d'Amnesty International ont été prévenues que des hackers sévissaient féroceement.

La double authentification est désormais activée sur tous les comptes d'Amnesty France.

Avez-vous subi une usurpation d'identité ?

Non car les comptes Facebook, Twitter et Instagram de la section française sont tous certifiés. Cela permet d'authentifier nos comptes auprès de nos publics.

Dès que nous ouvrons un compte social media, nous lançons, dans la foulée, la démarche de certification.

La première étape consiste généralement à remplir un formulaire en ligne avec une déclaration sur l'honneur du ou de la président/e et une copie de sa pièce d'identité. Le souci est le manque de réactivité des plateformes. Tout semble tomber dans un trou noir. Du coup, nous sommes passés par une agence de communication pour obtenir un contact chez Facebook. Ce compte a reçu sa certification dans les jours qui ont suivi. Lorsqu'un réseau social émerge (TikTok dernièrement), mon conseil est de vous créer tout de suite un compte, même s'il n'est ni actif ni alimenté, afin de réserver le nom dans le cas où vous investiriez plus tard ce canal. En effet, certaines personnes pourraient utiliser le nom de votre organisation pour créer un compte.

¹ L'enquête a été menée par l'alliance Fido aux États-Unis, en Grande-Bretagne, en France et en Allemagne.
Source : <https://fidoalliance.org/social-media-survey/>

Alors, anticiper votre arrivée sur un réseau social, vous épargnera bien des problèmes notamment pour récupérer votre nom officiel et faire certifier votre compte.

Avez-vous essayé un bad buzz ?

C'est au moment où votre association/ONG est la plus visible qu'elle devient une cible privilégiée des trolls, bad buzz et aux attaques. Il faut tâcher de repérer ces moments et de s'y préparer. S'il s'agit d'un événement ou d'une communication potentiellement polémique, préparez une série de questions/réponses. Anticipez les commentaires problématiques qui pourraient porter atteinte à la réputation de l'association.

Comment allez-vous y répondre ? Avec quel ton ? Répondrez-vous à tous les commentaires ?

Bien sûr, tout ne s'anticipe pas mais une bonne préparation en amont permet d'épargner du temps pour résoudre les imprévus. Lors du [Z Event](#) organisé cette année en faveur d'[Amnesty](#), nous avons quelques appréhensions. Car ce marathon de collecte se déroule en direct. En amont de l'événement, nous avons préparé quelques réponses aux différents sujets sur lesquels nous pouvions être interpellés. Cependant, ces réponses ne nous ont quasiment pas servi car les réactions étaient plutôt positives. Pendant, l'événement, nous avons adapté notre politique de modération et nos différentes communications avec des réactions plus légères et humoristiques. Habituellement, nous avons un positionnement clair : « Don't feed the troll ». Si les commentaires sont totalement décalés, nous n'y répondons pas. S'ils sont carrément injurieux, racistes... nous les supprimons. Dans le cas de commentaires polémiques, par exemple : les ventes d'armes soutiennent l'emploi en France, nous fournissons des contre arguments et si l'on ne convainc pas, on n'insiste pas.

Nos deux atouts :

- l'Evidence lab basé à Londres. Il authentifie les vidéos, les images, les témoignages. Cela permet d'appuyer nos recherches avec des preuves solides. Nous sommes sûrs des informations communiquées.
- Nos argumentaires sont construits grâce aux différents services : service presse, personnes en charge du plaidoyer et de la communication numérique. Nous avons du répondant solide mais ceci n'ôte en rien le caractère très chronophage de l'activité de modération.

Mon conseil

J'insiste sur la double authentification. C'est la clé pour sécuriser davantage vos comptes et profils sur les réseaux sociaux.

Propos recueillis par Évelyne Jardin pour Associathèque

➤ Pour en savoir plus :

- [Les réseaux sociaux](#) du Guide pratique « La communication des associations »
- [Modèle document - Charte de participation et de modération sur Facebook](#)
- [Xavier Manga, La Communication de crise à l'heure des médias socio numériques, Presses de l'université du Québec, 2019](#)
- [Maud Ballu pour Wearecom, « Communication de crise : du bad buzz au good buzz »](#)
- [Témoignage d'Audrey, où comment passer de troll à modératrice pour le plus gros groupe Facebook en France, Wanted](#)