

Communiqué de presse

Étude : des Twitters anonymes utilisent le nom d'entreprises cotées en bourse

Seules 2 des 45 entreprises reprises dans le Bel20 et l'AEX ont un compte Twitter personnalisé qui ait été manifestement créé à leur instigation



Bruxelles, le 9 septembre 2008 – Les entreprises cotées des indices Bel20 et AEX courent un risque réel que leur marque soit utilisée sur la plate-forme de micro-blogging [Twitter](#) à d'autres fins que leur propre communication. Seuls 2 comptes Twitter des 45 entreprises reprises dans le Bel20 et l'AEX sont sans conteste la propriété d'une entreprise cotée en bourse. 18 marques n'ont pas encore été enregistrées à ce

jour. Des 27 comptes Twitter déjà enregistrés, 25 utilisent le nom d'entreprises cotées. L'identité de la personne enregistrée est souvent peu claire et dans certains cas même douteuse. C'est ce qui ressort d'une étude du bureau de communication et de PR [LVT Benelux PR](#).

Twitter permet d'envoyer et de recevoir de courts messages – des « Tweets », gazouillis en anglais – de 140 caractères maximum via un PC ou un téléphone portable. Les autres utilisateurs peuvent ensuite s'abonner à ces Tweets et communiquer avec d'autres Twitters. Bien que le nombre de marques utilisant Twitter afin de communiquer avec des groupes cibles soit encore limité, de plus en plus d'entreprises en perçoivent l'intérêt. Pourtant, seules deux des entreprises reprises dans les indices boursiers Bel20 et AEX utilisent activement Twitter. La plus active est le spécialiste de la navigation [TomTom](#), qui compte 78 mises à jour et 82 abonnés Twitter. L'agence d'intérim [Randstad signale](#) qu'elle cherche des recruteurs.

Le risque d'abus du nom d'une entreprise – également appelé « brand jacking » ou vol de marque – est une réalité depuis le début du mois d'août 2008. Une certaine Janet avait alors enregistré un compte Exxon Mobil sur Twitter et répondait aux questions des autres utilisateurs de la plate-forme. Ces utilisateurs ont eu l'impression que Janet exprimait l'opinion officielle d'Exxon Mobil. D'autres bloggers ont attiré l'attention d'Exxon Mobil sur ce compte, ce qui a décidé l'entreprise de faire fermer le compte Twitter de Janet. Un analyste de Forrester Research a [récapitulé](#) l'affaire et a demandé une réaction à Exxon Mobil. En fait, il est apparu que Janet n'avait pas le moindre lien avec Exxon Mobil.

D'après l'étude de LVT Benelux PR, Twitter héberge 25 comptes enregistrés qui utilisent le nom d'entreprises cotées reprises dans le Bel20 et l'AEX mais dont il est difficile de dire qui est le propriétaire. Dans certains cas, il est même apparent que ce ne sont pas les entreprises visées. Ainsi, on pouvait lire le 26 août 2008 sur [Twitter.com/Inbev](https://twitter.com/Inbev) que ce compte était à vendre et que les personnes intéressées pouvaient prendre contact par e-mail (depuis lors, le compte semble ne plus exister). [Twitter.com/Heineken](https://twitter.com/Heineken) est enregistré par un certain Ken Heine. [Twitter.com/AgfaGevaert](https://twitter.com/AgfaGevaert) affiche quant à lui uniquement des caractères asiatiques. Le compte est pourtant doté du logo officiel d'Agfa Gevaert. Un Twitter inconnu signale sur [Twitter.com/INGGroup](https://twitter.com/INGGroup) qu'il va bientôt poster de bonnes et de mauvaises nouvelles sur ING et il demande aux autres Twitters de lui envoyer des scoops.



Sur Marketingfacts, des bloggers se sont récemment [demandé](#) si les entreprises devaient enregistrer leur nom et ceux de leurs produits sur Twitter et toutes les autres plates-formes en ligne du même genre. Le cas Exxon Mobil a clairement montré que le vol de marque avait des conséquences négatives sur une entreprise. En outre, la « Securities and Exchange Commission » (SEC, le chien de garde boursier américain) a fait savoir en juillet 2008 lors d'une [conférence](#) qu'elle travaillait à un nouveau règlement pour les entreprises cotées en bourse. Ce règlement stipulera que les informations boursières sensibles seront considérées comme publiques dès lors qu'elles se trouveront sur le site web ou le blog d'une entreprise. Le nouveau règlement pourra avoir de [lourdes conséquences](#) sur l'utilisation des médias sociaux – dont Twitter – comme moyen de communication des entreprises avec les investisseurs et les actionnaires.

LVT Benelux PR conseille aux entreprises qui n'ont pas encore enregistré un compte Twitter de le faire le plus tôt possible. Le processus d'enregistrement est simple et ne prend que quelques minutes. LVT conseille également aux entreprises de vérifier si on parle d'elles sur Twitter et dans quels termes. Elles peuvent par exemple le faire en lançant une recherche sur leur propre nom via <http://search.twitter.com> et ensuite suivre les messages grâce à un fil de syndication ([exemple](#)).

LVT Benelux PR a mené l'étude le 26 août 2008 pour les 25 entreprises reprises dans l'indice AEX et les 20 entreprises du Bel20. L'étude a été effectuée suite au cas de vol de marque dont Exxon Mobil a été la victime. Une [étude](#) similaire a été menée au Royaume-Uni pour les entreprises du FTSE 100.

À propos de LVT Benelux PR

LVT Benelux PR fait partie d'un groupe de bureaux de conseil indépendants spécialisés dans les Relations publiques, le Conseil en communication, les Services éditoriaux, les Formations et l'Organisation d'événements. LVT PR travaille pour plus de 80 clients actifs dans différents secteurs : Électronique grand public, Informatique, Lifestyle, Logistique, Voyages & Loisirs, et Prestations de services commerciaux. Les 40 employés du bureau soutiennent des entreprises et des institutions dans tous les aspects de leur communication : de la stratégie jusqu'à la mise en application. Les bureaux du Groupe LVT sont situés à Amsterdam, à Bruxelles et à Bunnik. Vous trouverez de plus amples informations à www.lvtpr.com et www.eventive.nl.

Pour plus d'informations :

LVT Benelux PR

Richard Verbeek / Steven Van Gaever

Tel: +32 (0)2 474 17 40

E-mail: richard@lvtpr.com / steven@lvtpr.com