

MANIFESTE

LE NUMÉRIQUE EST À LA FOIS LA CAUSE ET LA SOLUTION DU NOUVEAU CONTRAT SOCIAL ATTENDU PAR LE CITOYEN-CONSOMMATEUR

LES RÉVOLUTIONS NUMÉRIQUES ONT EU LIEU

Révolution des moteurs de recherche qui ont rendu le citoyen plus informé. Révolution des réseaux sociaux qui ont permis au citoyen de se mobiliser et de faire plier les marques à leur volonté. Révolution des plateformes qui laissent au consommateur la possibilité de plébisciter les nouveaux standards de service. Depuis 20 ans que le web existe, les révolutions d'usages ont armé le citoyen-consommateur.

LE CITOYEN-CONSOMMATEUR A PRIS LE POUVOIR

Internet n'a pas offert un cinquième pouvoir au citoyen mais la capacité de déséquilibrer les pouvoirs en place au détriment des autorités politiques, médiatiques, économiques, scientifiques.

LA PÉRENNITÉ DES ENTREPRISES EST EN JEU

La société aspire à changer de modèle : de consommation, d'agriculture, d'industrie, de santé. Les entreprises sont poussées à faire bouger les lignes, et savent qu'il n'y a que deux camps. Le camp de celles qui proposeront ces nouveaux modèles et le camp de celles qui seront combattues.



Les repères sont dissolus : les frontières entre les parties prenantes - journalistes, clients, salariés, syndicalistes, ONG, sont brouillées. Les structures verticales de l'ancien monde sont remises en cause au profit d'une société plus horizontale.

UN MONDE NOUVEAU EST À VENIR

Un monde aux modèles démocratiques et économiques plus horizontaux qui donne toute sa place à

L'EMPOWERMENT CITOYEN

Un monde qui ne pourra être inventé que par la génération post-révolution numérique.

LES ENTREPRISES ONT
UN RÔLE À JOUER
À CONDITION DE....



**ÉCOUTER
POUR MIEUX
RÉPONDRE**

Le social listening est la clé pour comprendre les aspirations du citoyen-consommateur, car il est le seul vecteur d'expression spontanée.



**ÊTRE CONNECTÉ
AUX PUBLICS**

Dans le monde nouveau, sans intermédiaire, les entreprises doivent être leur propre média et construire une audience puissante pour se libérer des filtres médiatiques



**GAGNER
LA CONFIANCE**

Les entreprises doivent résoudre les crises de confiance et parfois lutter contre un déficit de compréhension ou gagner des guerres informationnelles pour entretenir leur légitimité.



**SE MONTRER
UTILES**

Dans un monde où de nouveaux repères sont à établir, elles peuvent être des leaders éclairés grâce à leur expertise sur leur marché. Les marques utiles deviendront de véritables influenceurs.



**AVOIR
DES ALLIÉS**

Dans une société régie par la recommandation plus que l'offre et la demande, les entreprises doivent fédérer des ambassadeurs authentiques, au-delà des prises de parole rémunérées.

NOUS,
COLLABORATEURS
D'OPINION ACT

ÉCOUTONS

la voix des publics pour éclairer les organisations sur les aspirations du citoyen-consommateur

CROYONS

à l'empowerment du citoyen mais aussi à la nécessité de développer son esprit critique

DÉFENDONS

la pluralité d'information mais combattons la désinformation.

ASPIRONS

à instaurer la confiance envers les organisations par la preuve

AGISSONS

pour engager les marques au delà de leurs produits

DATA TO BUILD THE NEW WORLD