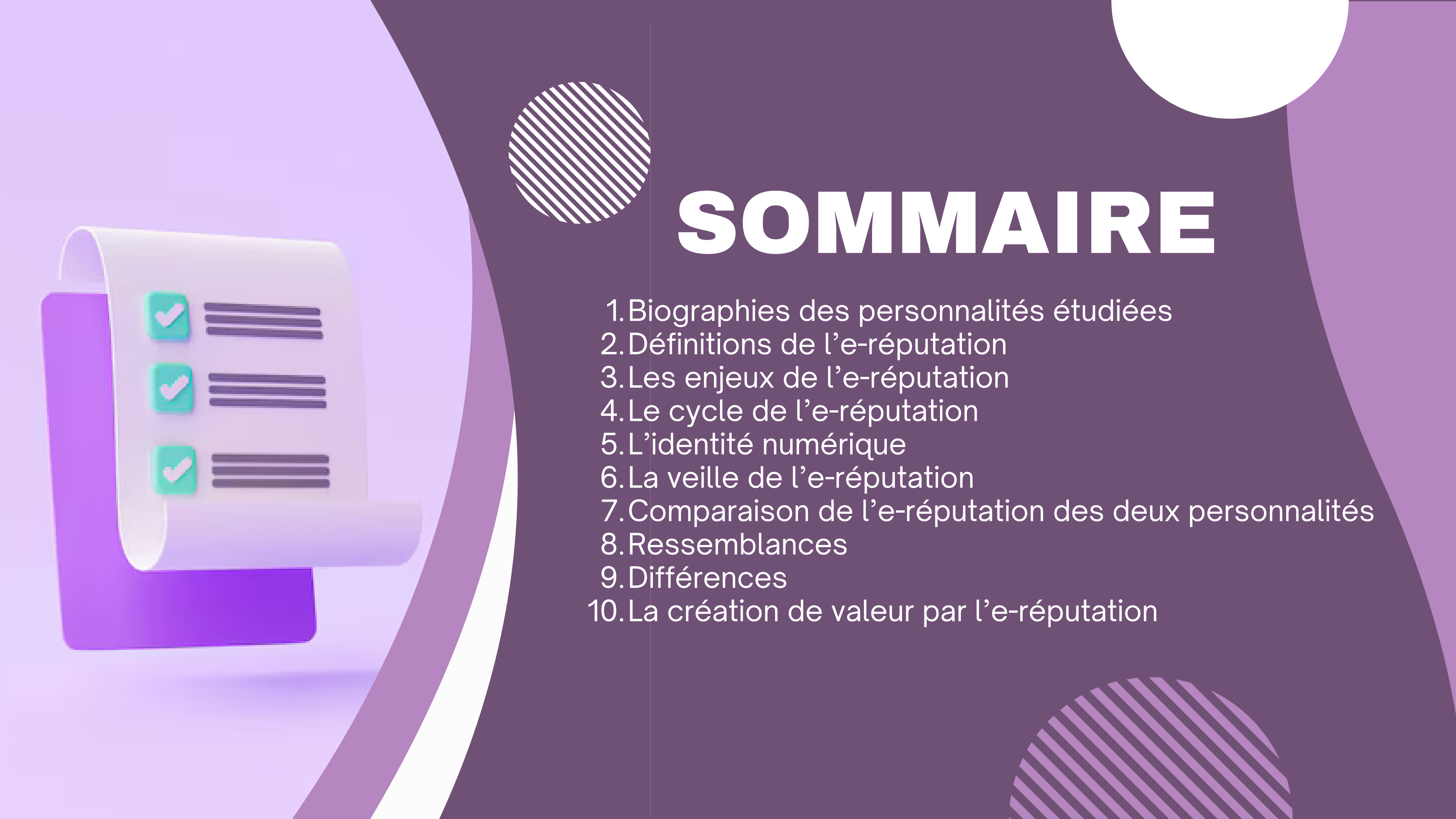


E-reputation

Présenté par Jun Rault





SOMMAIRE

1. Biographies des personnalités étudiées
2. Définitions de l'e-réputation
3. Les enjeux de l'e-réputation
4. Le cycle de l'e-réputation
5. L'identité numérique
6. La veille de l'e-réputation
7. Comparaison de l'e-réputation des deux personnalités
8. Ressemblances
9. Différences
10. La création de valeur par l'e-réputation



Alexandra Trusova

Patineuse artistique russe de haut niveau

- Née en 2004.
- Connue pour ses sauts impressionnants (surtout les sauts quadruples, très difficiles à réaliser.)
- Elle a commencé à patiner très jeune et s'est vite fait remarquer.
- Elle a gagné plusieurs compétitions internationales, dont une médaille d'argent aux Jeux olympiques de 2022.
- On l'appelle parfois la "La roquette russe", "Wonder Woman" ou bien "Cruella" à cause de ses figures techniques.
- En 2024, elle s'est mariée avec un autre patineur, Makar Ignatov, et elle porte maintenant le nom Alexandra Ignatova.



Michaël de Marliave

Vidéaste web et entrepreneur français

- Plus connu sous le nom de Micode.
- Vidéaste français né en 1999.
- S'est fait connaître sur YouTube en parlant d'informatique, de cybersécurité et de sujets liés au numérique.
- Il explique les choses de façon simple et drôle, ce qui plaît beaucoup aux jeunes.
- Il a créé une émission en ligne qui s'appelle "Underscore_", où il parle d'actualité tech.
- Il a aussi créé une agence de communication et une start-up dans la vidéo.
- Aujourd'hui, c'est une figure importante dans le domaine de la tech en France.

Définitions de l'e-réputation

CNIL (Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés)

"L'e-réputation, ou réputation en ligne, est l'image que renvoient les informations disponibles sur une personne ou une entreprise sur Internet."

Source : cnil.fr

Olivier Cimelière (expert en communication)

"C'est ce que les internautes pensent, disent et partagent à propos de vous, que ce soit juste ou faux."

Source : E-réputation : stratégies d'influence sur le web (livre)

Définitions Marketing

"L'e-réputation est l'ensemble des données, opinions, commentaires et signaux disponibles sur le web à propos d'un individu ou d'une entité."

Source : definitions-marketing.com

Les enjeux de l'e-réputation

Crédibilité : Une bonne e-réputation inspire confiance.

Notoriété : Elle influence la visibilité et la popularité d'une personne ou d'une marque.

Opportunités : Une bonne image peut attirer des partenariats, des sponsors, des emplois ou des clients.

Gestion des crises : Une mauvaise e-réputation peut nuire gravement, parfois durablement.

Contrôle de son image : Permet de garder la main sur ce qui est dit de soi.

Le cycle de l'e-réputation

Création de contenus : Ce qu'on publie (photos, vidéos, articles, commentaires...).

Diffusion : Le contenu circule via les réseaux sociaux, les moteurs de recherche, les forums...

Réception : Les internautes réagissent, commentent, partagent.

Évaluation : Cela influence l'image perçue.

Réaction : On peut répondre, ajuster ou supprimer des contenus pour gérer son image.

L'identité numérique

L'identité numérique, c'est tout ce qui nous représente en ligne : pseudo, photo de profil, publications, historique, avis, etc.

Elle peut être subie (ex : photos taguées par d'autres) ou contrôlée (ex : profil LinkedIn, site personnel).

Elle forme la base de l'e-réputation, car c'est ce que les autres voient.

La veille de l'e-réputation

Définition : Surveiller ce qui se dit sur soi ou son entreprise sur Internet.

Outils : Google Alerts, Talkwalker, Mention, Brandwatch, etc.

Objectifs : Réagir vite en cas de crise, détecter les tendances, répondre aux critiques ou mettre en avant les retours positifs.

Comparaison de l'e-réputation :
artiste vs entrepreneur du numérique

Critères	Alexandra Trusova (Artiste – Patinage artistique)	Micode (Entrepreneur du numérique – YouTubeur)
Audience principale	Grand public amateur de sport et de spectacle	Jeunes, passionnés de tech, professionnels du numérique
Langue/Zone géographique	Russophone et international (via JO)	Francophone (essentiellement France)
Plateformes clés	Instagram, TikTok, YouTube (compétitions/vidéos)	YouTube, Twitch, LinkedIn, X (ex-Twitter)
Type de contenu	Performances sportives, images de compétitions	Vidéos pédagogiques, lives, talk-shows tech
Niveau de contrôle	Contrôle partiel (relais médias + fans)	Contrôle élevé (produit lui-même son contenu)
Commentaires/avis	Centrés sur ses résultats, sa personnalité	Centrés sur ses idées, ses compétences tech
Gestion de crise	Peu visible (communication sportive très encadrée)	Réagit directement via ses propres chaînes
Veille / stratégie d'image	Probablement gérée par une équipe	Stratégie personnelle + agence (Frame55)
Impact de l'e-réputation	Influence la carrière sportive et les sponsors	Influence les partenariats, projets pro et image de marque

Ressemblances

Les deux construisent leur image sur Internet et les réseaux sociaux.

Leur e-réputation influence fortement leur carrière et leurs opportunités.

Ils ont besoin d'une gestion maîtrisée de leur image en ligne.

Leur communauté joue un rôle important dans leur notoriété.

Différences

Alexandra Trusova est surtout suivie pour ses performances physiques et son palmarès, tandis que Micode est suivi pour ses idées, sa pédagogie et ses projets tech.

Micode maîtrise activement sa communication (il est créateur de contenu), alors que Trusova subit davantage l'image projetée par les médias et ses fans.

Trusova a une notoriété plus internationale, Micode est principalement connu en France.

La création de valeur par l'e-réputation

L'e-réputation est un levier essentiel de valeur aujourd'hui. Elle permet :

De renforcer la confiance (individus, marques, sportifs ou entreprises)

De générer des opportunités (contrats, partenariats, influence, visibilité)

De se différencier dans un environnement numérique saturé.

Une bonne e-réputation n'est pas seulement une question d'image :

C'est un capital stratégique, construit sur le long terme, qui influence directement la réussite professionnelle et personnelle.

SOURCES

Biographies des personnalités étudiées

- Wikipédia – Alexandra Trousova
- Wikipédia – Micode
- Gens d’Internet – Article sur la création de média par Micode
- Le Quotidien – Portrait de Micode
- LinkedIn – Profil public de Michaël de Marliave

Définitions de l’e-réputation

- CNIL – La réputation en ligne
- Définitions-marketing.com – Définition de l’e-réputation
- HubSpot Blog – Définition et enjeux de l’e-réputation
- Livre : Olivier Cimelière, E-réputation : stratégies d’influence sur le web, éditions Dunod

Enjeux de l’e-réputation

- Journal du Net – Consultant et gestion de réputation
- Bpifrance Création – Conseils pour soigner son e-réputation
- HubSpot – Risques et bonnes pratiques

Cycle de l’e-réputation

- Talkwalker Blog – Contrôle et surveillance de l’e-réputation
- Visiplus Academy – Étapes de construction de l’e-réputation
- Bpifrance Création – Bonnes pratiques en ligne

Identité numérique

- CNIL – Dossier sur l’identité numérique
- Service-Public.fr – Informations sur l’identité numérique
- Digimind Blog – Différences entre e-réputation et identité numérique

Veille de l’e-réputation

CNIL – Conseils pour maîtriser sa réputation

Google Alerts – Outil de veille gratuit

Mention – Gestion de la réputation en temps réel

Talkwalker – Outils de veille sociale

Brandwatch – Analyse de sentiment et réputation

Comparaison entre Trusova et Micode

- Analyse croisée à partir des biographies ci-dessus
- Réseaux sociaux officiels (YouTube, Instagram)
- Observations de leur visibilité et communication en ligne

Ressemblances et différences

- Synthèse personnelle à partir des éléments précédents
- Comparaison des usages numériques et types de public ciblé

Création de valeur par l’e-réputation

- Forbes France – Importance de l’e-réputation pour les marques
- Bpifrance Création – Apports de la réputation numérique à la réussite
- Hootsuite Blog – Impacts sur l’image et la performance

Merci

**Merci
d'avoir écouté**

