



REPUTATION 365
manage your e-identity

DOSSIER DE PRESSE

Baromètre e-réputation du gouvernement wallon
Quelle image numérique renvoient nos Ministres ?



Date : 24 juillet 2014

TABLE DES MATIERES

1.	Infographie de l'étude	3
2.	Résumé de l'étude.....	5
2.1.	Qu'est-ce que l'e-réputation ?	5
2.2.	Résultats	6
2.3.	Méthodologie	6
3.	Le profil numérique de chaque ministre	7
3.1.	Paul Magnette - Le bon élève.....	7
3.2.	Jean-Claude Marcourt – Le cordonnier bien chaussé	8
3.3.	Paul Furlan – Le photographe passionné	9
3.4.	Eliane Tillieux – La bonne surprise	10
3.5.	Maxime Prévot – Le daguet.....	11
3.6.	Carlo Di Antonio – Le coureur de fond	12
3.7.	Christophe Lacroix – L'anti Twitter.....	13
3.8.	René Collin – La force (trop) tranquille	14
4.	Les Ministres populaires et influents sur le Web	15
4.1.	Le plus recherché sur Internet	15
4.2.	Le plus suivi sur Twitter	15
4.3.	Le plus suivi sur Facebook	15
4.4.	Le plus cité sur Twitter depuis sa nomination.....	15
4.5.	le plus suivi sur Twitter par les journalistes	15
5.	A propos de REPUTATION 365	16
5.1.	Vous avez des questions ?.....	16
5.2.	Rejoignez-nous sur les réseaux sociaux	16
5.3.	Téléchargez ce dossier.....	16

1. INFOGRAPHIE DE L'ETUDE

Baromètre e-réputation du Gouvernement wallon

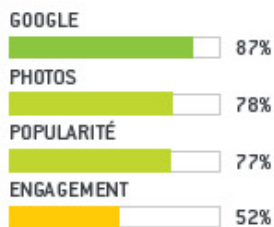
74%

Jean-Claude **MARCOURT**

Vice-Président et Ministre de
l'Economie, de l'Industrie, de
l'Innovation et du Numérique



2



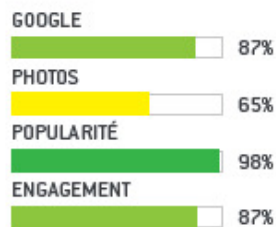
87%

Paul **MAGNETTE**

Ministre-Président
de la Wallonie



1



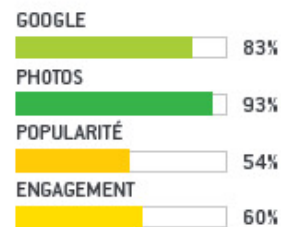
71%

Paul **FURLAN**

Ministre des Pouvoirs locaux,
de la ville, du Logement
et de l'Energie



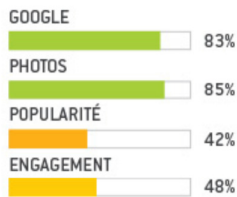
3



**Eliane
TILLIEUX**

65%

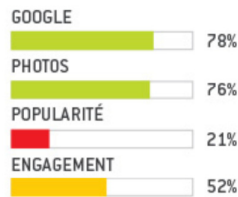
Ministre de l'Emploi
et de la Formation



**Maxime
PRÉVOT**

59%

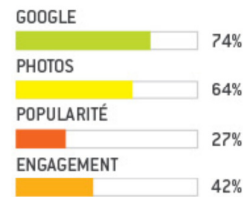
Vice-Président et Ministre des
Travaux publics, de la Santé,
de l'Action sociale et du
Patrimoine



**Carlo
DI ANTONIO**

54%

Ministre de l'Environnement,
de l'Aménagement du
territoire, de la Mobilité et des
Transports, des Aéroports et
du bien-être animal



A l'occasion de la désignation du Gouvernement wallon, l'agence REPUTATION 365 a analysé l'image numérique des nouveaux ministres. Leur présence sur Internet est-elle maîtrisée ? Les informations les concernant sont-elles valorisantes et relayées ? Utilisent-ils les réseaux sociaux de manière interactive ? Sur base de ses propres outils, l'agence a attribué un score d'e-réputation à chaque ministre.

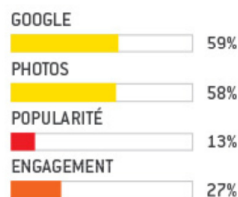
Source des images :
gouvernement.wallonie.be

24 juillet 2014

**Christophe
LACROIX**

40%

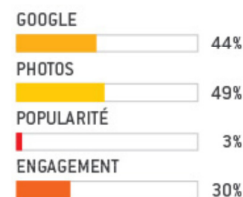
Ministre du Budget, de la
Fonction publique et de la
Simplification administrative



**René
COLLIN**

32%

Ministre de l'Agriculture,
de la Nature, de la Ruralité,
du Tourisme et des
Infrastructures sportives



www.reputation365.eu

 **REPUTATION 365**
manage your e-identity

L'infographie et le dossier sont à télécharger sur www.reputation365.eu/walgov

2. RESUME DE L'ETUDE

Paul Magnette, grand vainqueur du baromètre de l'e-réputation

A l'occasion de la désignation du Gouvernement wallon, l'agence REPUTATION 365 a analysé l'image numérique des nouveaux ministres. Leur présence sur internet est-elle maîtrisée ? Les informations les concernant sont-elles valorisantes et relayées ? Utilisent-ils les réseaux sociaux de manière interactive ?

Sur base d'outils qu'elle a développés, l'agence a attribué un score d'e-réputation à chaque ministre. Avec 87%, le nouveau ministre-président Paul Magnette se présente en pole position de l'e-réputation. Il devance Jean-Claude Marcourt (74%), Paul Furlan (71%) et Eliane Tillieux (65%). Suivent les humanistes Maxime Prévot (59%) et Carlo Di Antonio (54%). En fin de classement, on retrouve Christophe Lacroix (40%) et René Collin (32%), tous deux nouveaux dans l'équipage gouvernemental.

« Aujourd'hui, lorsqu'un citoyen veut en savoir davantage sur quelqu'un, le premier réflexe est de taper son nom dans Google. Nous sommes allés un pas plus loin, en objectivant la méthode à l'aide de nos propres outils », explique Vincent Pittard, co-fondateur de REPUTATION 365.

L'analyse englobe 4 critères : Google, soit la première vision que les internautes ont du ministre, la tonalité et la pertinence des photos, la popularité (les internautes cherchent-ils le ministre sur internet ?) et enfin l'interactivité du ministre avec les citoyens et les journalistes via les réseaux sociaux.

« Les ministres sont des personnalités particulièrement exposées aux médias. Depuis quelques années, ils ont pris la peine de bien s'entourer pour gérer également leur présence sur les réseaux sociaux. Ceci explique que les nouveaux ministres sont moins bien classés. Par contre, nous sommes étonnés des scores d'engagement, assez faibles d'une manière générale. Cela veut dire que les réseaux sociaux sont sans doute exploités de manière encore traditionnelle, selon une logique de média classique 'émetteur-récepteur'. Il y a certainement une opportunité à exploiter : utiliser les réseaux sociaux comme un véritable outil de dialogue et faire davantage remonter de l'information », soulignent les responsables de l'agence.

L'infographie et le dossier sont à télécharger sur www.reputation365.eu/walgov

2.1. QU'EST-CE QUE L'E-RÉPUTATION ?

L'e-réputation, c'est la perception que les internautes se font d'une personne morale ou physique en se basant sur ce qu'on dit d'elle sur internet.

Cette image ou identité numérique se base en grande partie sur ce que Google présente dans ses premiers résultats : articles de presse, blogs, forums, réseaux sociaux, etc.

Ces résultats sont parfois l'œuvre de l'intéressé qui laisse, consciemment ou non, des traces sur internet.

2.2. RÉSULTATS

Classement	Total	Ministre	Google	Photos	Popularité	Engagement
1	87%	Paul Magnette	87%	65%	98%	87%
2	74%	Jean-Claude Marcourt	87%	78%	77%	52%
3	71%	Paul Furlan	83%	93%	54%	60%
4	65%	Eliane Tillieux	83%	85%	42%	48%
5	59%	Maxime Prévot	78%	76%	21%	52%
6	54%	Carlo Di Antonio	74%	64%	27%	42%
7	40%	Christophe Lacroix	59%	58%	13%	27%
8	32%	René Collin	44%	49%	3%	30%

2.3. MÉTHODOLOGIE

Qu'y a-t-il derrière ces chiffres ? L'analyse est fondée sur **4 critères** :

1. **Google** : la première vision que les internautes ont du ministre, c'est notamment la première page des résultats de Google sur base prénom+nom. Ce critère tient compte de paramètres tels que l'influence des liens, leur tonalité, leur cohérence, le référencement du site personnel du ministre, l'optimisation de sa page Facebook et l'existence d'une page Wikipedia.
2. **Photos** : la tonalité et la pertinence des 20 premières photos du ministre dans Google images est analysée, ainsi que l'optimisation de ses albums Facebook, l'usage des photos dans ses tweets et sa présence active sur des réseaux tels que Flickr et Instagram.
3. **Popularité** : les aspects quantitatifs – nombre de requêtes sur Google et de citations sur Twitter, y compris depuis la nomination – déterminent la popularité.
4. **Engagement** : ce critère scrute l'activité et les conversations que le ministre engage avec les citoyens et les journalistes grâce aux réseaux sociaux.

L'analyse des pages web a été réalisée le lendemain de la nomination des ministres, le 22 juillet 2014, en mode « navigation privée » afin d'éliminer toute interférence liée à l'historique.

L'analyse est basée sur les données Twitter du mois écoulé (23 juin au 22 juillet 2014) et sur les interactions Facebook, Instagram réalisées depuis le 1^{er} janvier 2014.

3. LE PROFIL NUMERIQUE DE CHAQUE MINISTRE

3.1. PAUL MAGNETTE - LE BON ÉLÈVE



Peu surprenant, c'est Paul Magnette le bon élève de notre premier baromètre. Plus de 24 000 followers sur Twitter, 29 000 Fans sur Facebook, le Ministre-Président a saisi depuis longtemps toute l'importance d'une présence maîtrisée sur le Web et sur les réseaux. Il y est activement présent depuis la campagne 2009.

Son point fort ? 60 nouveaux followers sur Twitter depuis sa nomination...

Son point faible ? ... mais aucun tweet depuis le 18 juin !

L'anecdote ? Les suggestions du moteur Google (Google suggests) sont tout simplement ...surprenantes

3.2. JEAN-CLAUDE MARCOURT – LE CORDONNIER BIEN CHAUSSÉ



Le Liégeois fait montre d'une bonne maîtrise de son e-réputation. Du beau travail de pro. Il est vrai que l'homme a lancé sous la législature précédente le programme *Creative Wallonia*, une initiative qui fait la part belle à l'économie numérique. Il fait mentir l'adage des cordonniers les plus mal chaussés.

Son point fort ? Du point de vue de la tonalité, de la cohérence et du référencement, les premiers résultats Google sont au top.

Son point faible ? Peu de dialogue direct avec les Twittos et les Fans, les réseaux étant utilisés comme canal officiel mais certainement pas pour faire remonter de l'info.

L'anecdote ? En charge du « numérique » dans son portefeuille ministériel, mais en quatrième position seulement sur l'interaction avec les internautes (critère d'engagement) : peut mieux faire ?

3.3. PAUL FURLAN – LE PHOTOGRAPHE PASSIONNÉ



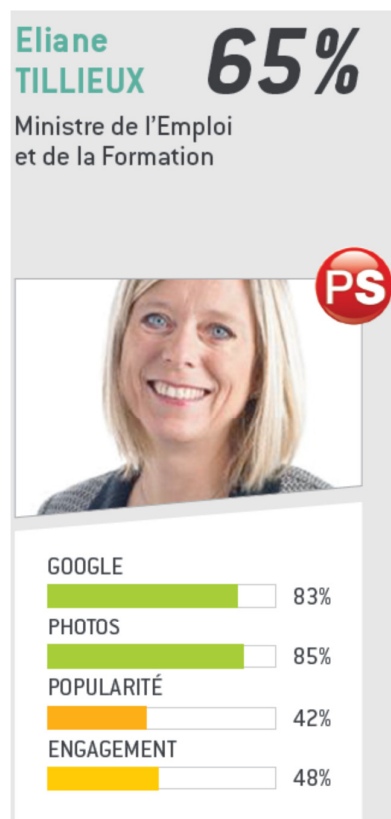
Le grand spécialiste des pouvoirs locaux a certes été ministre sous la législature précédente, mais dans des compétences sans doute pas hyper populaires. Ses nouvelles compétences (logement et énergie) vont lui permettre de booster sa popularité.

Son point fort ? Premier du classement sur le critère « photos ». Celles-ci sont toujours impeccablement professionnelles et ne laissent rien au hasard. Les albums Facebook sont complets et diversifiés, les tweets sont souvent illustrés et c'est le seul à avoir un compte Flickr actif.

Son point faible ? Une popularité encore faible sur internet qui lui fait rater de peu la deuxième place de ce classement.

L'anecdote ? 25 tweets par mois (un par jour ouvrable ?) depuis 2009, une belle régularité, mais derrière Eliane Tillieux.

3.4. ELIANE TILLIEUX – LA BONNE SURPRISE



La première page des résultats Google d'Eliane Tillieux est un exemple d'e-réputation parfaitement construite et maîtrisée. Un site perso à jour et bien alimenté, une page Wikipédia, une page Facebook très cohérente, quelques articles de presse et séquences télévisées au ton plutôt positif. Pour une ministre que l'on dit parfois effacée, voilà une excellente surprise.

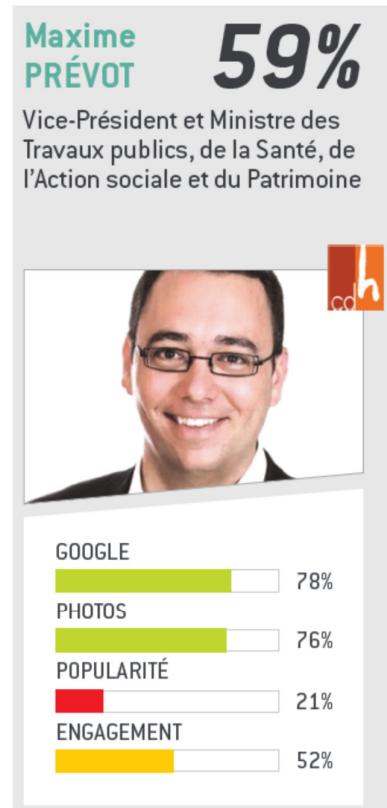
Son point fort ? Avec 35 tweets par mois, Eliane Tillieux est la plus régulière des ministres. Elle est également la seule à utiliser Instagram.

Son point faible ? Peut-être le revers de la médaille d'une communication très maîtrisée : les critères de popularité et d'engagement sont relativement faibles.

L'anecdote ? Son attachée de presse possède une solide expérience de community manager auprès du Gouvernement wallon, et a donc pu faire passer cette préoccupation dans la communication de sa « patronne ». Bravo.

Etonnant : alors que pour les autres ministres, les interactions avec les fans Facebook sont également réparties entre hommes et femmes, Eliane Tillieux enregistre 61% d'interactions avec des hommes.

3.5. MAXIME PRÉVOT – LE DAGUET



Nouveau dans l'équipe gouvernementale, Maxime Prévot n'est cependant pas un néophyte en politique. Le Bourgmestre de Namur hérite d'un méga portefeuille et d'un poste de vice-président qui vont participer à l'envol de son e-réputation. Les bois du Daguët (son totem scout) vont pouvoir se ramifier.

Son point fort ? Nouveau ministre mais une maîtrise de la communication déjà digne des personnalités ayant une envergure régionale, voire fédérale.

Son point faible ? Sa popularité sur internet et les réseaux sociaux : une présence en pointillé sur Twitter et une faible base de Fans actifs.

L'anecdote ? Le seul ministre masculin qui interagit davantage sur Facebook avec des fans hommes que femmes (53%).

3.6. CARLO DI ANTONIO – LE COUREUR DE FOND



Déjà ministre dans l'équipe précédente, mais pour une demi-législature seulement (en remplacement de Benoit Lutgen), Carlo Di Antonio doit encore prendre ses marques. Il hérite d'un épais portefeuille qui va lui permettre de nourrir son e-réputation, lentement mais sûrement.

Son point fort ? L'homme est cohérent. Adeptes de la course de fond, il privilégie le long terme aux effets « one shot ». Exemple : il tweete peu mais bien, 5 fois par mois. Le sprint, très peu pour lui.

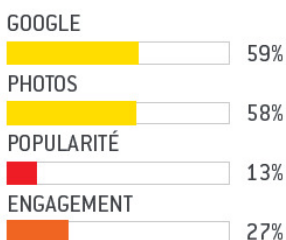
Son point faible ? Une frontière vie publique-vie privée fortement transgressée dans le chapitre « photos ». En soi, pas vraiment un problème, à condition que ce soit voulu et assumé par le ministre.

L'anecdote ? Aîné d'une famille de 6 enfants, son chiffre fétiche est le 6... C'est d'ailleurs sa place dans notre baromètre !

3.7. CHRISTOPHE LACROIX – L’ANTI TWITTER

Christophe LACROIX **40%**

Ministre du Budget, de la
Fonction publique et de la
Simplification administrative



Nouveau venu dans le gouvernement wallon, le premier échevin de Wanze n’a pas eu, comme ses collègues, l’opportunité de peaufiner sa communication numérique. Il ne part cependant pas de rien, avec un site perso et une page Wikipédia bien placés. Les bases existent, reste à les amplifier de manière pertinente.

Son point fort ? La couverture médiatique dont il disposait était assez locale et confidentielle. Sa nouvelle fonction lui fait gagner des articles et commentaires assez élogieux dans la presse nationale. C’est tout bon pour son e-réputation.

Son point faible ? Le seul ministre à ne pas avoir de compte Twitter. C’est pourtant un canal de communication important avec les journalistes politiques.

L’anecdote ? Christophe Lacroix a travaillé chez « The Walt Disney Company », il dirige une société à Paris, une autre à Bordeaux cotée en bourse et semble spécialiste des infractions de roulage. Ah non, il a deux homonymes chef d’entreprise et un autre qui est un policier très actif sur les forum. La collision des homonymes, un classique de l’e-réputation.

christophe lacroix
christophe lacroix **ps**
christophe lacroix **facebook**
christophe lacroix **police**
christophe lacroix **wanze**
christophe lacroix **election 2014**
christophe lacroix **député fédéral**
christophe lacroix **député**
christophe lacroix **ymagis**
christophe lacroix **uff**

3.8. RENÉ COLLIN – LA FORCE (TROP) TRANQUILLE



Voilà un ministre qui va devoir prendre sa place dans le gouvernement, et sur les réseaux sociaux. L'avantage de partir d'un score très bas (3% en popularité) est que l'on peut construire !

Son point fort ? Seul ministre sans page Wikipédia... Un avantage : un collaborateur va pouvoir écrire sa vie et son œuvre.

Son point faible ? Le champion du cumul de mandats selon le site web cumuleo.be, qui apparaît dans sa première page de résultats Google (20 mandats dont 9 rémunérés). Il est d'ailleurs le mandataire le plus demandé sur ce site.

L'anecdote ? 155 followers sur Twitter lors de sa nomination, mais depuis lors son compte @DeputeCollin a été supprimé. Dans l'attente d'un ou une chargé-e de communication ?

4. LES MINISTRES POPULAIRES ET INFLUENTS SUR LE WEB

Ces données ont été collectées le lundi 21 juillet 2014 à 18h30, lorsque la liste des ministres commençait à circuler sur Twitter.

Seul le point 4.4 correspond à une analyse de données de 48h.

4.1. LE PLUS RECHERCHÉ SUR INTERNET

Le champion : Paul Magnette avec 4.400 recherches par mois

L'outsider : René Collin avec 140 recherches par mois

4.2. LE PLUS SUIVI SUR TWITTER

Le champion : Paul Magnette avec 23.994 followers

L'outsider : René Collin avec 155 followers (compte supprimé depuis le 21 juillet)

4.3. LE PLUS SUIVI SUR FACEBOOK

Le champion : Paul Magnette avec 28.957 fans

L'outsider : René Collin avec 249 fans

4.4. LE PLUS CITÉ SUR TWITTER DEPUIS SA NOMINATION

Le champion : Paul Magnette avec 44 mentions

L'outsider : René Collin avec 4 mentions

4.5. LE PLUS SUIVI SUR TWITTER PAR LES JOURNALISTES

Nous avons sélectionné 75 journalistes belges spécialisés dans la politique belge et nous avons compté le nombre de ces journalistes parmi les followers de chaque ministre.

Le champion : Paul Magnette avec 31 journalistes qui le suivent sur Twitter

L'outsider : René Collin et Christophe Lacroix avec 0 journaliste qui les suivent sur Twitter... puisqu'ils n'ont pas ou plus de compte Twitter

5. A PROPOS DE REPUTATION 365



REPUTATION 365, la seule agence en Belgique 100% dédiée au renforcement et à la valorisation de la réputation positive des cadres, dirigeants et personnalités.

Nous sommes basés à Louvain-la-Neuve, en Belgique, en plein cœur de l'Europe. Mais l'e-réputation n'a pas de frontières et nos missions nous emmènent partout.

5.1. VOUS AVEZ DES QUESTIONS ?

REPUTATION 365

agence@reputation365.eu

+ 32 10 75 06 70

Cercle du lac

23 Boulevard Baudouin 1er

1348 Louvain-la-Neuve (Belgique)

Relations Presse

www.reputation365.eu/presse


Madeleine Dembour

+32 478 67 25 43

madeleine@reputation365.eu

5.2. REJOIGNEZ-NOUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Suivez avec nous l'actualité de l'e-réputation :

 PAPER.LI : L'hebdo de l'E-REPUTATION : tous les articles consacrés à l'e-réputation qu'il ne fallait pas rater cette semaine : <https://paper.li/reputation365/1399031205>

 SCOOP-IT : <http://www.scoop.it/t/soignez-votre-e-reputation>

 TWITTER: <https://twitter.com/reputation365>

 GOOGLE+ : <https://www.google.com/+Reputation365Eu-manage-your-edentity>

 FACEBOOK : <https://www.facebook.com/reputation365>

 LINKEDIN : <https://www.linkedin.com/company/reputation-365>

5.3. TÉLÉCHARGEZ CE DOSSIER

Ce dossier et l'infographie sont disponibles sur www.reputation365.eu/walgov