

# Indice e-réputation

## Olivier Bernard

### (Union des grands crus de Bordeaux)

pour La Libre Belgique du 12 mars 2016

**Libre Entreprise** Face et profil

### Le héraut des grands crus

Il aura 100 ans, Olivier Bernard est à Bordeaux. "100 ans, une bonne année pour les parties, mais c'est tout...", sourit-il.

Avril 1916 : sa famille s'installe à l'Union des Grands Crus de Bordeaux, un domaine de 100 hectares à Libourne.

1940 : Olivier Bernard est nommé président de l'Union des Grands Crus de Bordeaux. Il est élu à la présidence de l'Union des Grands Crus de Bordeaux en 1940. Il est élu à la présidence de l'Union des Grands Crus de Bordeaux en 1940. Il est élu à la présidence de l'Union des Grands Crus de Bordeaux en 1940.

**Anglais**  
Un club très sélect

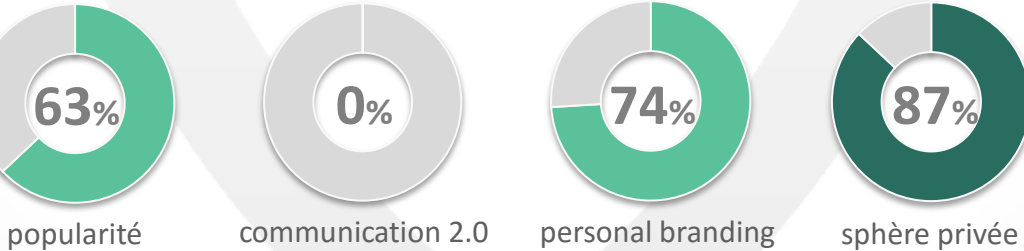
L'Union des Grands Crus de Bordeaux est un club très sélect. Il est composé de 100 membres. Il est composé de 100 membres. Il est composé de 100 membres.

**Indice e-réputation**  
**62%**  
LÉGITIME

16 La Libre Entreprise - samedi 12 mars 2016

## LÉGITIME

Malgré de très nombreux homonymes, c'est bien « notre » Olivier Bernard qui s'accapare les premiers résultats de Google. Des paroles franches, fortes et directes, la légitimité du propriétaire d'un grand domaine, la reconnaissance de ses pairs... Le net dresse vite le portrait d'un chef de file. Il est très présent dans la presse spécialisée pour analyser l'actualité de son secteur. Famille, terroir et long terme sont les valeurs et visions qu'il martèle. Il a parfaitement compris l'intérêt et les techniques du Personal Branding. Construire son identité numérique pour incarner et promouvoir son organisation. Il n'y a que les réseaux sociaux qui semblent *terra incognita*.



## MÉTHODOLOGIE

Pour calculer cet indice d'e-réputation chaque semaine pour La Libre Belgique, nous analysons manuellement 48 critères, que nous pondérons et regroupons en quatre grands domaines :

- **Popularité** : notoriété, surface presse, visibilité des supports, tonalité de l'image, ...
- **Communication 2.0** : dialogue sur les réseaux sociaux, quantité et qualité des abonnés, ...
- **Personal branding** : visibilité de l'expertise, valeur ajoutée des traces numériques, ...
- **Sphère privée** : protection des informations privées sans plus-value professionnelle.

# REPUTATION 365 : construire, veiller, nettoyer

Nous aidons les dirigeants et leurs collaborateurs à maîtriser leur image sur Internet de manière éthique. Pour eux-mêmes, pour leur famille et pour développer la réputation de leur organisation.



Vincent Pittard  
stratégie digitale



Madeleine Dembour  
relations publiques



Christophe Celio  
sécurité informatique



Sandrine Mathen  
analyse de profil



Philippe Hoevenaeghel  
référencement monitoring



Fred Séré  
photo graphisme



Liliane Fanello  
journaliste copywriting



Peter Craddock  
avocat