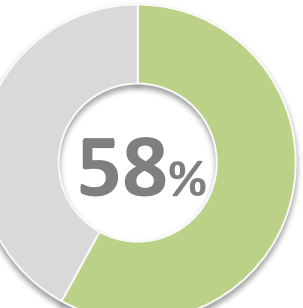


Indice e-réputation Jean-Marc Janaillac (AIR France-KLM)

pour La Libre Belgique du 2 juillet 2016



Libre Entreprise Face et profil

Un ami de Hollande chez Air France

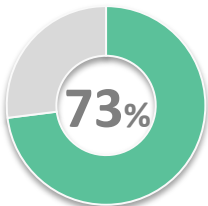


58% HAUTES SPHÈRES

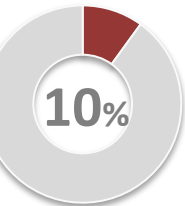
Il fait partie de la famille patronale. Nommé en 2015 à la tête de l'Air France-KLM, Jean-Marc Janaillac a partagé les bancs de la présidence de la compagnie française pendant 10 ans. Il a été directeur général de la compagnie de 2005 à 2015. Il a été nommé directeur général de la compagnie en 2015. Il a été nommé directeur général de la compagnie en 2015. Il a été nommé directeur général de la compagnie en 2015.

HAUTES SPHÈRES

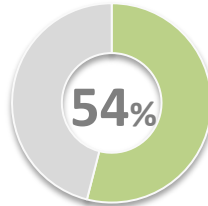
Dans l'analyse d'e-réputation, il y a un avant et un après la nomination à la direction d'Air France-KLM. Avant : une présence discrète malgré un cursus et une succession de postes de haut vol. Après : une opération de création d'image qui semble intense et qui est très relayée. "Qui est Jean-Marc Janaillac" est une phrase reprise telle quelle dans 47 articles de presse. Du jamais vu dans notre baromètre. Côté communication digitale : 3 profils LinkedIn, tous vides et à l'abandon, et 10 tweets qui semblent personnels. Des voix s'interrogent sur les moteurs de sa nomination. Est-il poussé par François Hollande, son copain de l'ENA ? Les liens semblent forts mais le CV de Jean-Marc Janaillac, dans les transports et chez Air France, lui donne sa légitimité.



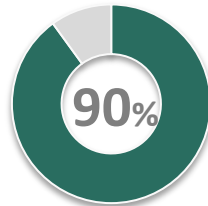
popularité



communication 2.0



personal branding



sphère privée

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