



# Dossier de Partenariat

## Colloque international

« E-réputation et traces numériques :  
Dimensions instrumentales et enjeux de société »

21& 22 mars 2013  
Toulouse

[www.e-reputation-lecolloque.org](http://www.e-reputation-lecolloque.org)

## AVANT-PROPOS



L'équipe Médias, Culture et Communication du laboratoire interdisciplinaire IDETCOM, de l'Université Toulouse 1 Capitole organise les 21 et 22 mars 2013 le colloque international « E-réputation et traces numériques : Dimensions instrumentales et enjeux de société ».

*Nous vivons un développement croissant du web 2.0. La frontière entre sphère publique et sphère privée sur Internet est poreuse. Le rapport à la vie privée a changé oscillant entre la recherche d'anonymat et la « publicité ».*

*Dans ce contexte, l'e-réputation et les traces numériques sont un véritable enjeu de société.*

*Il faut appréhender ce phénomène à la fois sur une échelle micro-sociale dans une logique instrumentale et sur une échelle macro-sociale dans une perspective conceptuelle. Ce thème nouveau et récurrent doit être interrogé de façon interdisciplinaire. Les Sciences de l'Information et de la Communication, le Droit, les Sciences de Gestion, la Sociologie, l'Informatique et l'Anthropologie, peuvent plus particulièrement éclairer de façon opérationnelle cet enjeu croissant.*

Ce colloque se nourrira en particulier de la rencontre entre le monde de la recherche scientifique et les experts praticiens. L'animation de tables rondes avec des professionnels et des chercheurs ainsi que l'organisation d'une soirée numérique visera à créer des échanges informels riches et fructueux entre le milieu de la recherche et les professionnels d'Internet.

## SOMMAIRE

<b>1. Le contexte</b>	<b>p. 4</b>
1.1 Présentation de l'Université Toulouse 1 Capitole	p. 4
1.2 Présentation de l'Institut du Droit de l'Espace, des Territoires et de la communication de l'Université Toulouse 1 Capitole	p. 4
<b>2. Les structures d'organisation</b>	<b>p. 5</b>
2.1 Le comité d'organisation opérationnel	p. 5
2.2 Le comité scientifique d'expertise	p. 5
2.3 Le comité d'organisation scientifique	p. 6
2.4 Les publics	p. 6
<b>3. Le colloque</b>	<b>p. 7</b>
3.1 La dimension scientifique	p. 7
3.2 Le calendrier	p. 7
<b>4. Déroulement de la manifestation</b>	<b>p. 8</b>
<b>5. L'intérêt de s'associer à cette manifestation</b>	<b>p. 8</b>
<b>6. La visibilité qui sera donnée au partenaire</b>	<b>P. 9</b>
6.1 Lors du plan de communication de l'évènement	p. 9
6.2 Durant l'évènement	p. 9
<b>7. Les modalités du partenariat</b>	<b>p. 10</b>

## ANNEXES

<b>Annexe 1 - Appel à communication</b>	<b>p. 13</b>
---	--------------

## 1. LE CONTEXTE

L'équipe Médias, Culture et Communication (MC2) de l'Institut du Droit de l'Espace, des Territoires et de la Communication (IDETCOM), organise le colloque international « E-réputation et traces numériques : Dimensions instrumentales et enjeux de société » qui se tiendra les 21 et 22 mars 2013 à l'Université Toulouse 1 Capitole.

### 1.1 Présentation de l'Université Toulouse 1 Capitole (UT1)

L'université Toulouse 1 Capitole (UT1) est un pôle d'excellence internationale d'enseignement et de recherche en droit, économie et gestion. Elle est l'un des deux seuls établissements d'enseignement supérieur français à figurer dans le top 100 mondial du classement de Shanghai, section economics/business.

UT1 Capitole c'est aussi :

- 3 campus en France à Toulouse, Montauban et Rodez
- 4 implantations à l'étranger : Vietnam, Maroc, Sénégal et Arménie. En cours de négociation avec le Sultanat d'Oman
- un réseau de 200 universités partenaires.

### 1.2 Présentation de l'Institut du Droit de l'Espace, des Territoires et de la Communication (IDETCOM) de l'Université Toulouse 1 Capitole

L'IDETCOM est un laboratoire de recherche pluridisciplinaire structuré autour de deux grands volets principaux de recherche, correspondant à son intitulé :

- D'une part, le volet « Espaces et Territoires »
- D'autre part, un volet « Culture et Communication », intégrant les différents domaines des communications : Presse, audiovisuel - Télévision/Radio - Cinéma, Télécommunications et Communications électroniques (y compris le câble et le satellite)/Nouvelles plateformes numériques, Internet/Commerce électronique, Protection des données personnelles et de la vie privée, Patrimoine culturel... Domaines pris en compte sous l'angle national, européen, international et de droit comparé.

L'IDETCOM se présente comme une équipe fédérative qui regroupe différents groupes de recherches thématiques, correspondant à ses orientations scientifiques. Il coordonne plusieurs Masters et Diplômes d'Université, qui lui sont rattachés. Il dispose d'un réseau de correspondants, nationaux et étrangers.

## 2. LES STRUCTURES D'ORGANISATION

### 2.1. Le comité d'organisation opérationnel

- Christophe Alcantara, Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Toulouse 1 Capitole, porteur du projet  
[www.christophe-alcantara.eu](http://www.christophe-alcantara.eu) / Tél. : 00 33 (0)6 08 89 74 45
- Virginie Fernandez, Chargée de mission opérationnelle auprès du porteur de projet  
[contact@e-reputation-lecolloque.com](mailto:contact@e-reputation-lecolloque.com) / Tél. : 00 33 (0)6 09 70 77 33

### 2.2. Le comité scientifique d'expertise

Les communications seront analysées et sélectionnées par un groupe d'experts scientifiques internationaux.

- Serge Proulx, Professeur en communication, Université du Québec à Montréal (UQAM)
- Béatrice Galinon-Melenec, Professeur en Sciences de l'Information et de la communication, Université du Havre
- Serge Agostinelli, Professeur en Sciences de l'Information et de la Communication, Université d'Aix-Marseille
- André Vitalis, Professeur en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Bordeaux
- Geneviève Vidal, Maître de conférences HDR en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Paris XIII
- Alexandre Coutant, Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Franche-Comté
- Thomas Stenger, Maître de conférences en Sciences de Gestion, Université de Poitiers
- Louise Merzeau, Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Paris-Nanterre
- Pierre Trudel, Professeur de droit public, Université de Montréal
- Jacques Larrieu, Professeur de droit privé, Université Toulouse 1 Capitole
- Lucien Rapp, Professeur de droit public, Université Toulouse 1 Capitole
- Frédéric Amblard, Maître de conférences en informatique, Université Toulouse 1 Capitole
- Martine Regourd, Professeur en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Toulouse 1 Capitole
- Christophe Alcantara, Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Toulouse 1 Capitole
- Laurence Leveneur, Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Toulouse 1 Capitole

### 2.3. Le comité d'organisation scientifique

- Christophe Alcantara, Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication
- Sylvie Laval, Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Toulouse 1 Capitole
- Laurence Leveneur, Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Toulouse 1 Capitole
- Martine Regourd, Professeur en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Toulouse 1 Capitole
- Isabelle Vidalenc, Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Toulouse 1 Capitole
- Nicolas Tilli, Docteur en droit public, Université Toulouse 1 Capitole
- Louis Philippe Gratton, Doctorant, Université Toulouse 1 Capitole
- Rodolfo Garafa, Maître de conférences en langues et littératures romanes, Université Toulouse 1 Capitole

### 2.4. Les publics

Ce colloque réunira une communauté d'experts : juristes, économistes, sociologues, chercheurs en Sciences de l'information et de la Communication, gestionnaires, informaticiens issus du monde de la recherche universitaire ainsi que des praticiens et des spécialistes de l'Internet du secteur public, privé, français et étrangers.

### 3. LE COLLOQUE



#### 3.1. La dimension scientifique

Le caractère pluridisciplinaire et international de cette manifestation permettra d'aborder l'e-réputation selon 4 axes :

- Axe 1 : « E-réputation » : Origine, usages et déconstruction de cette notion émergente
- Axe 2 : Traces numériques et traçabilité
- Axe 3 : « E-réputation » : Droit à l'oubli numérique, données personnelles et espace public
- Axe 4 : Les dimensions instrumentales de la « e-réputation »

**Il est à noter que c'est la première fois en France qu'une manifestation scientifique pluridisciplinaire interroge le phénomène émergent de l'e-réputation.**

#### 3.2. Le calendrier

Un **appel à communication** a été ouvert dès le mois de juin 2012, la date limite de soumission des propositions est fixée au 20 octobre 2012.  
(Cf. Annexe 1)

**Les communications seront analysées et sélectionnées par un groupe d'experts scientifiques internationaux (comité scientifique d'expertise)**

Une notification du Comité scientifique sera adressée individuellement à chaque auteur au plus tard le 15 novembre 2012.

Un programme détaillé sera proposé à partir du 15 novembre 2012.

## 4. DEROULEMENT DE LA MANIFESTATION

**Le colloque programmé sur deux jours sera constitué :**

- de séances plénières avec des interventions d'experts d'une vingtaine de minutes pour chacun
- d'ateliers scientifiques thématiques
- de tables rondes thématiques pour permettre des échanges entre professionnels du web et acteurs de la recherche appliquée.

**Pour la première fois, la Mêlée Numérique**, qui regroupe les forces vives de l'Internet, est associée à une manifestation scientifique internationale.

Elle organisera le Jeudi 21 mars une soirée dite « Le Printemps du Numérique » à laquelle participeront les partenaires, les intervenants, les auditeurs du colloque ainsi que des acteurs du web, des adhérents de la Mêlée Numérique...

**Le Club de la Communication de Midi-Pyrénées** est également partenaire de cette manifestation scientifique majeure.

## 5. L'INTERET DE S'ASSOCIER A CETTE MANIFESTATION

Pour mener à bien son projet, atteindre l'objectif visé et accueillir dans des conditions optimales des acteurs de renommée internationale, l'IDETCOM recherche des partenaires susceptibles de participer au financement de l'opération.

En devenant partenaire de l'événement :

- Vous vous affichez comme un acteur innovant du web
- vous vous associez à des partenaires institutionnels
- vous vous associez à une manifestation internationale de qualité et affichez une légitimité sur le thème d'enjeux sociaux d'Internet
- vous contribuez à valoriser l'image de marque de votre structure
- vous montrez votre intérêt à suivre un enjeu de société majeur
- vous faites apparaître votre entreprise comme une entreprise responsable, citoyenne et innovante



## 6. LA VISIBILITE QUI SERA DONNEE AU PARTENAIRE

### 6.1. Lors du plan de communication de l'évènement

- Votre présence sera signalée dans les contacts et les actions de promotion.  
Dès le mois de juillet 2012, le colloque sera annoncé sur les réseaux scientifiques, professionnels, réseaux sociaux
- Votre présence sera signalée lors des actions de relations publiques et de relations presse dès le mois d'octobre 2012.
- Votre présence sera signalée dans la page Partenaire du site internet dédié à l'évènement:  
[www.e-reputation.lecolloque.org](http://www.e-reputation.lecolloque.org)  
**Ce site web sera pérennisé jusqu'à la version 2 du colloque en 2014**
- Votre présence sera affichée sur tous les supports de communication (affiches, invitations,...)



### 6.2. Durant l'évènement

- Nous mettons à votre disposition deux espaces pour communiquer :
  - un espace sponsor à l'intérieur de l'amphithéâtre où se dérouleront les plénières, la Table Ronde durant les deux journées de colloque
  - Un espace sponsor dans la salle où nous accueillerons les participants, où se tiendront les pauses, les déjeuners
- Nous assurerons la visibilité de votre structure lors des actions de relations presse et des interviews en vous associant aux opérations

## 7. LES MODALITES DU PARTENARIAT

### Pour un sponsoring à hauteur de 1 000 € le partenaire se verra attribuer

- Visibilité du partenariat sur les supports de communication (affiche, programme, annonces, dossier de présentation)
- Votre présence affichée sur le site internet : [www.e-reputation-lecolloque.org](http://www.e-reputation-lecolloque.org)
- Votre présence signalée dans les contacts et les supports de relations presse (communiqués, dossiers de presse)
- 3 invitations (colloque, déjeuners, soirée du 21 mars « Le printemps de l'E-réputation »)
- Au-delà des 3 invitations, vous bénéficiez de tarifs d'inscription préférentiels : 90€ au lieu de 150€ (Cf. Annexe 2) pour votre structure, vos clients....
- La possibilité de communiquer sur la structure sponsor durant l'événement
- La mise à disposition d'un espace VIP durant les deux journées de colloque

### Pour un sponsoring supérieur ou égal à 1 500 € le partenaire se verra attribuer

- Visibilité du partenariat sur tous les supports de communication (affiche, programme, annonces)
- Votre présence affichée sur le site internet : [www.e-reputation-lecolloque.org](http://www.e-reputation-lecolloque.org)
- Votre présence signalée dans les contacts et les supports de relations presse (communiqués, dossiers de presse)
- 5 invitations (colloque, déjeuners, soirée du 21 mars « Le printemps de l'E-réputation »)
- Au-delà des 6 invitations, vous bénéficiez de tarifs d'inscription préférentiels : 90€ au lieu de 150€ pour votre structure, vos clients, vos prospects....
- La possibilité de communiquer sur la structure sponsor durant l'événement
- La mise à disposition d'un espace VIP durant les deux journées de colloque

Au-delà de 2000€ de sponsoring, 2 invitations par tranche de 500€ supplémentaires.

**Contactez nous : [contact@e-reputation-lecolloque.org](mailto:contact@e-reputation-lecolloque.org) / Tél. : 00 33 (0)6 09 70 77 33**

# ANNEXES

# ANNEXE 1

## Appel à communication



## **Appel à communication - Colloque international**



### **E-réputation et traces numériques :** **Dimensions instrumentales et enjeux de société**

**21 et 22 mars 2013**

**organisé par l'équipe Médias, Culture et Communication (MC2)  
de l'IDETCOM  
Université Toulouse 1 Capitole**

Le développement des « réseaux socionumériques » (Stenger et Coutant-2011-) est exponentiel. Faut-il rappeler à titre d'exemple que Facebook totalise en 2011 plus de 750 millions d'utilisateurs dans le monde, soit près d'un internaute sur deux. Les réseaux socionumériques sont des espaces où souvent une forme de proximité s'opère alors même que la conversation est ouverte au public. Il y a une forme narcissique de visibilité en « clair-obscur » (Cardon 2010). De plus, étant donné que la mémoire du web est sans limites, il y a une dynamique systémique entre flux et stock d'informations (Merzeau 2009) qui contribue à structurer une « e-réputation ». Ce terme valise est souvent employé dans une approche instrumentale pour servir (ou desservir) une personne, une marque, un produit, une organisation. Ne voit-on pas émerger un secteur professionnel lié à l'instrumentalisation de l'e-réputation avec des emplois de community manager, des agences d'e-réputation, des contrats d'assurance pour se prémunir d'une réputation négative en ligne...

L'e-réputation est un enjeu économique réel, mais aussi un enjeu de société majeur pour le XXIème siècle (Galinson-Méléneq 2011). Le développement des tablettes numériques et autres smartphones contribue à interagir avec l'environnement spatial pour proposer des services « sur-mesure », grâce à la géolocalisation. Les traces numériques sont amenées à croître de façon exponentielle. Ces dernières relèvent (ou pas) de l'ordre des données personnelles selon les législations domestiques en vigueur. Cette dimension intrusive de l'univers numérique et plus particulièrement des réseaux socionumériques nous oblige à nous interroger sur la notion de transparence, expression souvent utilisée par les médias et l'opinion dominante.

Le droit à l'oubli numérique est un concept fondé par les politiques (Cf. les récents travaux de la commission européenne sur le sujet – Viviane Reding 2012) et qui est étroitement lié voire même constitutif du concept émergent d'e-réputation.

Ce colloque se propose d'explorer l'e-réputation de façon transversale et interdisciplinaire, dans la continuité du caractère propre de l'IDETCOM qui regroupe des juristes, des gestionnaires et des chercheurs en Sciences de l'Information et de la Communication (SIC).

Des travaux en Sciences de l'Information et de la Communication, Droit, Economie, Gestion, Sociologie, Anthropologie et Informatique sont les bienvenus.

Une publication des communications est prévue.

---

Pour toute information :

[contact@e-reputation-lecolloque.org](mailto:contact@e-reputation-lecolloque.org) - Virginie Fernandez – Tél. : 06 09 70 77 33

## **De façon opératoire, 4 axes sont proposés :**

### **Axe 1 : « E-réputation » : Origine, usages et déconstruction de cette notion émergente**

L'expression e-réputation régulièrement utilisée, y compris dans cet appel à communication mérite d'être interrogée. Quelles sont ses origines ? Y-a-t-il des mythes, des utopies, voire des idéologies sous-jacentes dans l'utilisation de cette expression ? Quels sont les usages de cette notion de plus en plus utilisée par les médias et autres professionnels ?

### **Axe 2 : Traces numériques et traçabilité**

L'utilisation d'Internet et la croissance des usages de dispositifs nomades web génèrent des traces numériques toujours plus nombreuses. Si l'on se place sur un temps long, la notion de trace est associée étroitement aux relations sociales qui se sont développées et qui ont évolué au cours de l'évolution de l'Humanité. A travers un tel prisme, quelle est la nature des traces numériques ? S'inscrivent-elles dans une continuité ou une rupture par rapport aux traces « antérieures » ? Dans quelle mesure ces traces d'un nouveau genre affectent-elles la traçabilité des activités humaines ?

### **Axe 3 : « E-réputation » : Droit à l'oubli numérique, données personnelles et espace public**

Le droit à l'oubli numérique, ce sous-ensemble du droit à la vie privée, est une notion convoquée politiquement il y a peu de temps. Quelle est la réalité de ce droit sur un plan domestique, européen et international ? Quelle est la réalité de la qualification des données personnelles au regard de ce droit ? Est-ce une réalité juridique, une construction communicationnelle ? Quels sont les modes d'application des dispositions du droit à l'oubli numérique dans l'espace public ?

### **Axe 4 : Les dimensions instrumentales de la « e-réputation »**

Les marketeurs, les professionnels des ressources humaines, les communicants analysent, construisent, gèrent la e-réputation d'une marque, d'un produit, d'un service, d'un individu. Dans la même perspective, une collectivité territoriale, une institution (musée, université, école, association...) gère ou subit sa e-réputation. Cet axe cherchera à mettre en valeur des travaux empiriques avec des corpus originaux autour du thème de l'e-réputation, appréhendée comme un dispositif instrumental.

---

## Les structures d'organisation

### Comité scientifique :

- **Serge Proulx**, Professeur en communication, Université du Québec à Montréal (UQAM)
- **Béatrice Galinon-Melenec**, Professeur en Sciences de l'Information et de la communication, Université du Havre
- **Serge Agostinelli**, Professeur en Sciences de l'Information et de la Communication, Université d'Aix-Marseille
- **André Vitalis**, Professeur en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Bordeaux
- **Geneviève Vidal**, Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Paris XIII
- **Alexandre Coutant**, Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Franche-Comté
- **Thomas Stenger**, Maître de conférences en Sciences de Gestion, Université de Poitiers
- **Louise Merzeau**, Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Paris-Nanterre
- **Pierre Trudel**, Professeur de droit public, Université de Montréal
- **Jacques Larrieu**, Professeur de droit privé, Université de Toulouse
- **Lucien Rapp**, Professeur de droit public, Université de Toulouse
- **Frédéric Amblard**, Maître de conférences en informatique, Université de Toulouse
- **Martine Regourd**, Professeur en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Toulouse
- **Christophe Alcantara**, Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Toulouse
- **Laurence Leveneur**, Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Toulouse

**Comité d'organisation :**

- **Christophe Alcantara**, Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Toulouse 1 Capitole
- **Sylvie Laval**, Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Toulouse 1 Capitole
- **Laurence Leveneur**, Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Toulouse 1 Capitole
- **Martine Regourd**, Professeur en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Toulouse 1 Capitole
- **Isabelle Vidalenc**, Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Toulouse 1 Capitole
- **Nicolas Tilli**, Docteur en droit public, Université Toulouse 1 Capitole
- **Louis Philippe Gratton**, Doctorant, Université Toulouse 1 Capitole
- **Rodolfo Garafa**, Maître de conférences en langues et littératures romanes, Université Toulouse 1 Capitole

**Envoi des propositions**

20 octobre 2012 (3000 signes, espace et bibliographie inclus).

**Pour plus d'informations :** [www.e-reputation-lecolloque.org](http://www.e-reputation-lecolloque.org)