

**Faculté des sciences économiques,
sociales, politiques et de communication**

L'entrepreneuriat des influenceuses à l'épreuve du jugement moral des communautés en ligne

**Étude des cas des influenceuses Andie Ella et
Maghla**

Auteur : Lora Bertrand
Promoteur : Hugo Thirard

Année académique 2025-2026
Master 120 en communication, à finalité spécialisée : communication
stratégique des organisations

Remerciements

Je souhaite tout d'abord remercier mon promoteur, Hugo Thirard, pour sa disponibilité, ses bonnes suggestions, ainsi que l'encadrement apporté afin de mener mon travail à son aboutissement. Son accompagnement m'a permis d'approfondir mes réflexions et mes recherches pour toujours améliorer ce mémoire. Merci à toutes les personnes ayant contribué de près ou de loin à la finalité de mon travail.

Je remercie également ma famille pour son soutien indéfectible tout au long de ce parcours, ainsi qu'Antoine, pour sa patience, ses encouragements et son soutien au quotidien durant la rédaction de ce travail.

Je voudrais aussi remercier mes amies qui ont toujours été là pour moi y compris dans les moments plus difficiles de mon parcours étudiant, tout particulièrement Amélia, Aérís et Ourya.

Table des matières

Partie 1 - Introduction	6
Partie 2 - État de l'art	8
2.1. Les influenceurs en tant que figures publiques	8
2.1.1. YouTube et le web 2.0	8
2.1.2. Le YouTubeur et la micro-célébrité	9
2.1.3. L'influence	10
2.1.4. L'influenceur	12
2.2. La professionnalisation de l'influence	14
2.2.1. Le travail aspirationnel	14
2.2.2. La monétisation de l'influence et ses tensions	16
2.2.3. Le <i>self-branding</i>	17
2.2.4. La création d'une marque en extension de la profession	19
2.3. La relation entre l'influenceur et sa communauté.....	20
2.3.1. La relation parasociale entre l'influenceur et sa communauté en ligne	20
2.3.2. Les communautés en ligne	22
2.3.3. L'espace commentaire comme lieu d'échange et d'expression.....	24
2.3.4. La critique collective comme régulation morale	25
Partie 3 - Cadre théorique	27
3.1. Définir le jugement moral.....	27
3.2. Le jugement moral en contexte numérique	28
3.3. L'ordre moral comme cadre d'analyse	29
3.4. Éclairages complémentaires sur les ordres moraux.....	30
Partie 4 - Conclusion de l'état de l'art et cadre théorique.....	32
Partie 5 - Méthodologie.....	35
5.1. Le choix d'une approche qualitative	35
5.2. Constitution des corpus de données	36
5.2.1. Corpus de commentaires en ligne	36
5.2.2. Questionnaire ouvert	38
5.2.3. Considérations éthiques.....	39
5.2.4. Limites des dispositifs.....	39
5.3. Présentation des cas d'étude	40
5.3.1. Andie Ella	40
5.3.2. Maghla	41
5.4. Méthode d'analyse.....	41
5.4.1. Phase 1 : grille de codage binaire de premier niveau (pré-traitement)	42
5.4.2. Phase 2 : analyse thématique	44
5.4.3. Phase 3 : identification des ordres moraux.....	45
Partie 6 - Analyse des résultats.....	48

6.1. Résultats du codage binaire exploratoire	48
6.1.1. Andie Ella	48
6.1.2. Maghla	48
6.1.3. Synthèse comparative.....	50
6.2. Résultats de l'analyse thématique.....	51
6.2.1. Andie Ella	51
6.2.2. Maghla	58
6.3. Résultats de l'analyse sur les identifications des ordres moraux	63
6.3.1. Premier ordre moral	63
6.3.2. Second ordre moral.....	65
6.3.3. Troisième ordre moral.....	66
6.3.4. Quatrième ordre moral	67
6.3.5. Conclusion de la troisième phase d'analyse.....	68
Partie 7 - Discussion, conclusion et limites.....	70
7.1. Discussion et conclusion	70
7.2. Limites et pistes futures.....	74
Partie 8 - Bibliographie.....	76
Partie 9 - Annexes.....	84
9.1. Annexe 1 - Questionnaire.....	84
9.2. Annexe 2 - Corpus de commentaires bruts.....	91
9.2.1. Corpus brut Andie Ella	91
9.2.2. Corpus brut Maghla.....	107
9.3. Annexe 3 - Corpus étiqueté pour l'analyse thématique	133
9.3.1. Corpus Andie Ella	133
9.3.2. Corpus Maghla	153
9.4. Annexe 4 - Tableau d'identification des ordres moraux	170
9.5. Annexe 5 - Tableaux.....	173
9.6. Annexe 6 - Déclaration sur l'honneur.....	178

Partie 1 - Introduction

Les plateformes sociales numériques ont profondément transformé les modalités de production et de diffusion de contenus, faisant émerger de nouvelles figures publiques que sont les influenceurs (Abidin, 2018). Ces derniers se distinguent par la construction d'une relation de proximité perçue par leur audience et fondée sur une forme d'intimité communicationnelle (Abidin, 2015). Cette proximité s'accompagne d'une professionnalisation croissante de l'activité de création de contenu, ainsi, les influenceurs se positionnent progressivement comme de véritables marques personnelles (Khamis et al., 2016). Néanmoins, cette évolution n'est pas sans tensions. Effectivement, en se positionnant simultanément comme des figures crédibles, proches de leur communauté des acteurs commerciaux, les influenceurs recherchent constamment un équilibre entre crédibilité et logique marchande (Abidin & Ots, 2015).

La tension exprimée se manifeste avec une acuité particulière lorsque les influenceurs franchissent une étape particulière de leur expansion : la création de leurs propres initiatives entrepreneuriales. La professionnalisation de l'activité de création de contenu (Benbouzid & Alexandre, 2024) s'accompagne d'une diversification des sources de revenus. De cette façon, les influenceurs ne se contentent plus seulement de monétiser leurs contenus, mais développent des projets commerciaux qui leurs sont propres tels que des marques ou des produits dérivés (Leggett et al., 2026). Ces initiatives, en dépassant le cadre du contenu habituellement proposé à la communauté, viennent questionner la cohérence entre l'image que l'influenceur a construite au fil du temps et l'aspect marchand dans lequel il s'inscrit désormais plus explicitement.

Ces initiatives entrepreneuriales ne suscitent pas les mêmes réactions au sein des communautés. De fait, certaines valeurs semblent toucher davantage le public que d'autres, ce qui donne lieu à des avis contrastés, parfois même opposés. Le passage d'une posture de spectateur à potentiel client semble renforcer plusieurs attentes envers l'influenceur : un produit qualitatif, respectueux de la communauté et cohérent avec l'identité qu'il ou elle a construit au fur et à mesure. Cette dynamique se retrouve autour des projets entrepreneuriaux de deux influenceuses francophones aux profils complémentaires : Andie Ella et Maghla.

Andie Ella est une figure du contenu lifestyle et beauté principalement, le lancement de sa marque de thé matcha a suscité de nombreux questionnements en commentaires (Andie Ella, 2023). Maghla quant à elle, est issue du milieu du streaming de jeux vidéo, elle s'adresse à une communauté plus large, la commercialisation d'un de ses concepts vidéo sous la forme d'un produit dérivé a également suscité d'importantes réactions (Maghla, 2026). Ces deux cas permettent ainsi d'explorer comment des initiatives commerciales deviennent un terrain d'expression de jugements moraux au sein de communautés en ligne.

Une question de recherche émerge alors : « *En quoi les initiatives entrepreneuriales des influenceuses Andie Ella et Maghla constituent-elles un terrain d'expression de jugements moraux au sein de leurs communautés en ligne ?* »

Ce mémoire propose d'étudier comment les commentaires postés par les internautes de communautés en ligne, ainsi que les témoignages recueillis, donnent à voir les jugements moraux portés sur ces initiatives commerciales. Nous commencerons par établir un état de l'art de la littérature avant de nous pencher sur le cadre théorique, nous permettant de comprendre le cadre avec lequel les données seront analysées. Ensuite, nous expliquerons la méthodologie utilisée ainsi que la présentation des cas concrets. Pour terminer, nous enchaînerons avec l'analyse des résultats avant de procéder à la discussion et conclusion de ce mémoire.

Partie 2 - État de l'art

2.1. Les influenceurs en tant que figures publiques

2.1.1. YouTube et le web 2.0

Une plateforme sociale est caractérisée comme étant un endroit où il est possible de créer des comptes individuels, poster du contenu sur un compte et partager celui-ci avec un public et/ou une liste de contacts privés (Christin & Lu, 2024). YouTube est une plateforme en ligne *mainstream*¹ permettant de partager des contenus vidéos qui a vu le jour en juin 2005 (Canet, 2020).

Dû à sa popularité, YouTube devient pour la première fois en 2016 la deuxième plateforme la plus utilisée dans le monde, juste derrière Facebook (Aran-Ramspott et al., 2018). Selon le rapport digital annuel 2025 établi par le site *We are Social France*, YouTube conserve sa deuxième position et compte près de 2,53 milliards d'utilisateurs actifs mensuels. Les contenus vidéos que l'on retrouve sur la plateforme sont très variés et incluent différentes thématiques telles que la mode, les cosmétiques, la lecture et bien d'autres (Balleys, 2018). Le succès de YouTube est lié à l'idéologie du web participatif, appelé également web 2.0. Ce concept vient de Tom O'Reilly et est présenté lors de sa conférence sur le sujet en 2005, il le qualifie de « tournant pour le web ». Sajus et al. (2009) le qualifient également comme un phénomène avancé d'internet. Difficile à définir, Wilson et al. (2011), tentent d'apporter une définition du web 2.0 plus concrète :

« Le Web 2.0 désigne la deuxième génération du web, dans laquelle des applications et des services web interopérables et centrés sur l'utilisateur favorisent les liens sociaux, le partage de médias et d'informations, la création de contenus par les utilisateurs ainsi que la collaboration entre les individus et les organisations. » (Wilson et al., 2011, p.2, traduction libre).

YouTube s'ancre dans cette dynamique de connectivité et de partage puisqu'il est possible de mettre en ligne, partager et regarder des vidéos sans limites à travers le monde entier. Par ailleurs,

¹ Terme anglais signifiant *courant principal* (Larousse, s.d).

Burgess et Green affirment que « *la culture participative est le cœur de métier de YouTube* » (Burgess & Green, 2018, cités dans Canet, 2020, p.2).

Cette culture participative, fondée sur la création de contenu par les utilisateurs eux-mêmes et sur la collaboration entre pairs, constitue le contexte à partir duquel émerge la figure du YouTubeur, développée dans le point suivant.

2.1.2. Le YouTubeur et la micro-célébrité

Les créateurs de contenus sur YouTube sont plus communément appelés des YouTubeurs ou YouTubeuses. Viet (2019) définit le YouTubeur comme un « *internaute qui diffuse ses vidéos sur YouTube avec une qualité amateur ou professionnelle* ». La différence avec le vidéaste professionnel est que le YouTubeur diffuse exclusivement sur la plateforme. Il est à noter que l'un des objectifs premiers des créateurs est d'établir un sentiment de proximité et de complicité avec leur audience (Balley, 2018). Pour y parvenir, la manière la plus courante est de s'adresser face caméra et à la deuxième personne dans la manière de filmer les vidéos. Ainsi, YouTube permet la création de communautés en regroupant des personnes partageant des centres d'intérêts communs.

Les YouTubeurs peuvent passer d'un statut d'amateurs à celui de micro-célébrité de YouTube. En effet, leur statut de célébrité tend à se développer lorsque la frontière entre la vie publique et la vie privée devient floue. Theresa Senft (2008), chercheuse en matière de médias, a apporté une définition de la micro-célébrité. Selon elle, il s'agit d'un nouveau style de performance en ligne qui consiste à booster sa popularité sur internet grâce aux technologies telles que les réseaux sociaux, les vidéos ou les blogs (Senft, 2008, cité dans Abidin & Ots, 2015).

Les travaux de Marwick (2013) permettent également d'apporter des précisions à propos de la micro-célébrité. Celle-ci est vue comme un état de célébrité auprès d'un groupe de personnes particulier (Abidin & Ots, 2015). Ce groupe de personnes est considéré comme un groupe de fans qu'il faut gérer continuellement pour conserver une certaine popularité. Pour ce faire, les micro-célébrités attirent leur audience en maintenant stratégiquement leur communication et s'assurent d'interagir avec celle-ci. De plus, elles veillent également à maintenir une image soigneusement construite et consommée par leur public (Marwick & boyd, 2011).

Lange (2007), quant à elle, définit ce que sont les célébrités plus spécifiquement de YouTube comme étant : « *les utilisateurs les plus actifs et les plus connus du site, qui utilisent leurs interactions pour « influencer le discours, les objectifs et les activités » de la plateforme* » (Lange 2007, cité dans Ferchaud et al., 2018, p.1). Le statut de célébrité sur YouTube émerge également lorsque de nombreux *viewers*² semblent faire confiance au Youtubeur et partagent le même ressenti (Ferchaud et al., 2018). Theresa Senft (2008) ajoute que les Youtubeurs célèbres tendent à garder une sociabilité avec leur audience en les engageant à travers des requêtes comme leur demander de s'abonner ou de liker les vidéos (Senft, 2008, cité dans Ferchaud et al., 2018). Les vidéos deviennent alors des moments de rendez-vous entre le Youtubeur et l'abonné, ce qui instaure une responsabilité du Youtubeur à ne pas décevoir (Balleys, 2018).

Par ailleurs, les célébrités de YouTube sont considérées comme plus authentiques que des célébrités *mainstream* (Ferchaud et al., 2018). Leur aspect ordinaire permet à l'audience de penser qu'elles sont plus accessibles et les incitent à les imiter (Leggett et al., 2026).

Cependant, cette proximité perçue, construite au fil du temps à travers l'interaction régulière et l'image soigneusement entretenue par le créateur n'est pas acquise. De fait, elle repose sur un ensemble d'attentes implicites que l'audience continue d'espérer et d'évaluer tout au long de la carrière de l'influenceur. Notamment lorsque celui-ci fait évoluer son activité, par exemple vers l'entrepreneuriat.

2.1.3. L'influence

L'influence est un concept étudié à travers différentes perspectives et ce, depuis des années. Elle est notamment étudiée par le prisme sociologique par Elihu Katz et Paul F. Lazarsfeld. Ils s'intéressent d'abord à l'impact des relais de communication entre les médias et la population à propos de la formation des opinions puis, ce qu'ils appellent des leaders d'opinion. Ils proposent une définition de l'influence par les leaders d'opinion en 1955 : « *l'influence est un processus social par lequel certains individus provoquent une prise de décision chez d'autres individus en interagissant avec eux* » (Katz & Lazarsfeld, 1955, cités dans Nouvel et al., 2019, p.2).

² Terme anglais signifiant *télespectateur·trice* (Larousse, s.d).

Vernette, quant à lui, détaille ce qu'est un leader d'opinion de la manière suivante :

« En marketing, un leader d'opinion est un individu qui influence de façon informelle le comportement d'autres personnes dans une direction souhaitée. Ses avis sont spontanément sollicités par son entourage immédiat (amis, collègues, voisins, relations sociales, etc.) avant ou après l'achat d'un produit ou un service. Tout consommateur peut, potentiellement, être considéré comme un leader d'opinion dans l'un ou l'autre des marchés de biens et services ». (Vernette, 2002, p.37)

Dans une approche plus communicationnelle, l'influence est définie par Bernard (2015) comme « *un ensemble de processus ordinaires par lesquels un individu ou un groupe parvient à faire accepter des manières de faire, de ressentir et de penser qui font les normes qui agissent sur les attitudes et les comportements d'autres individus et groupes* » (Bernard, 2015, cité dans Alloing et al., 2021, p.11).

Massé et al. (2006) proposent également une définition plus pragmatique de l'influence en appuyant davantage sur l'aspect outil stratégique de celle-ci. Ainsi, ils qualifient « *qu'exercer une influence consiste à obtenir d'autrui qu'il fasse librement quelque chose qu'il n'aurait pas fait spontanément sans votre intervention* » (Massé et al., 2006, cités dans Alloing et al., 2021, p.11). L'influence est aussi étudiée dans le cadre de la psychologie, amenant celle-ci comme un ensemble de pratiques et stratégies visant la persuasion (Alloing et al., 2021).

Finalement, à travers leurs publications, les influenceurs peuvent exercer de l'influence sur les choix et décisions de leurs communautés. Effectivement, ils utilisent des stratagèmes pour inciter celles-ci à adopter certains comportements. Par exemple, lorsque les influenceurs demandent à leurs abonnés de liker les vidéos, de laisser un commentaire, ou bien, de s'abonner. Ainsi, les personnes à grande communauté deviennent des influenceurs, ils utilisent leur capacité à communiquer afin d'influencer les opinions et comportements de ceux qui les suivent (Aran-Ramspott et al., 2018).

Ces différentes définitions convergent vers une même idée : l'influence repose sur une capacité à orienter le comportement d'autrui, que ce soit de manière informelle ou stratégique. C'est

précisément cette figure de l'influenceur, en tant qu'acteur exerçant cette influence de manière structurée et rémunérée, qui est développée au point suivant.

2.1.4. L'influenceur

Certains influenceurs sont des micro-célébrités sur les réseaux sociaux et participent à la création de contenu en documentant leur vie quotidienne (Abidin & Ots, 2015). En 2022, plus de 50 millions de personnes s'identifient comme des influenceurs (Leggett et al., 2026). Comme le souligne Crystal Abidin (2015) :

« Les influenceurs sont des internautes ordinaires qui accumulent un nombre relativement important d'abonnés sur les blogs et les réseaux sociaux grâce à la narration textuelle et visuelle de leur vie personnelle et de leur mode de vie, interagissent avec leurs abonnés dans les espaces numériques et physiques, et monétisent leur audience en intégrant des « publiereportages » dans leurs blogs ou leurs publications sur les réseaux sociaux » (Abidin, 2015, traduction libre, p.1).

Les influenceurs peuvent être classés selon différentes catégories, notamment en fonction de leur nombre d'abonnés (méga, macro, micro et nano-influenceurs) (Hudders et al., 2021). Un tableau récapitulatif des catégorisations des influenceurs est disponible en annexe³. Cette classification permet, entre autres, de situer les deux cas étudiés dans ce mémoire. Avec respectivement près de 700.000 et 1,42 million d'abonnés sur YouTube, Andie Ella et Maghla se situent toutes deux dans la catégorie des macro-influenceuses. Ce type d'influenceurs est généralement perçu comme un expert du domaine traité et bénéficie d'un fort taux d'engagement de la part de leur communauté, comparé aux méga-influenceurs (Hudders et al., 2021).

Au-delà de la taille des audiences, les influenceurs partagent des caractéristiques communes qui expliquent leur pouvoir de persuasion. Les travaux de Hudders et al. (2021) permettent de distinguer deux dimensions fondamentales : la portée (*reach*) et l'impact (*impact*) (Hudders et al., 2021). Par la portée, on renvoie à la taille de l'audience (comme démontré précédemment plusieurs tailles d'audiences existent selon les types d'influenceurs) ainsi qu'à la capacité de l'influenceur à toucher directement ou indirectement un large public et ce, indépendamment du nombre absolu

³ Voir Annexe 5, **Tableau 1**. La catégorisation des influenceurs, p.173.

d'abonnés (Hudders et al., 2021). L'impact, quant à lui, correspond à la capacité de l'influenceur à influencer sur les attitudes, opinions, de même que les comportements des audiences. En effet, l'expertise des deux influenceuses dans leur domaine spécifique permet cette influence (Hudders et al., 2021).

Outre ces deux dimensions, trois caractéristiques principales contribuent à l'efficacité des influenceurs : l'expertise, l'authenticité et l'intimité (Hudders et al., 2021). Par expertise, on entend la perception de l'influenceur comme un leader d'opinion au sein d'un style de contenu spécifique (lifestyle, beauté, voyages etc.). De ce fait, la crédibilité dans les recommandations effectuées par l'influenceur est renforcée (Hudders et al., 2021). L'authenticité constitue un aspect central dans la relation entre l'influenceur et son audience. Effectivement, ils doivent apparaître comme sincères et cohérents dans leur présentation de soi, bien que parfois, celle-ci peut être fragilisée lors de stratégies de *self-branding*⁴ trop visibles (Hudders et al., 2021). Finalement, l'intimité renvoie à la faculté des influenceurs à construire une relation perçue comme proche et personnelle avec les membres de leurs communautés en ligne. Notamment à travers le partage d'éléments de leur vie quotidienne, favorisant ainsi des formes de relations parasociales (Hudders et al., 2021).

Ces trois dimensions (expertise, authenticité et intimité) constituent ainsi des attentes implicites vis-à-vis desquelles l'audience continue d'évaluer l'influenceur tout au long de sa carrière, y compris lorsque celui-ci diversifie ses activités vers l'entrepreneuriat. Dès lors, ces caractéristiques démontrent d'une part, la capacité des influenceurs à exercer une influence concernant les décisions des consommateurs. Et d'autre part, leur aptitude à générer un fort engagement communautaire et à renforcer ainsi leur position dans les stratégies de communication des marques (Hudders et al., 2021).

En ce qui concerne les motivations des influenceurs, celles-ci sont multiples et s'inscrivent à la fois dans une logique économique, symbolique et sociale. Leur activité peut alors être guidée par la monétisation de leur visibilité à travers des partenariats commerciaux, mais aussi par la recherche de reconnaissance, de visibilité et de valorisation sociale (Leggett et al., 2026).

⁴ Le *self-branding*, ou *personnal branding*, désigne un processus stratégique consistant à construire et communiquer une image de soi cohérente et différenciante, notamment sur les réseaux sociaux (Cullen et al., 2024). Voir point 2.2.3 pour un développement complet, p.17.

Dans cette perspective, les influenceurs peuvent être envisagés comme des professionnels indépendants évoluant au sein des plateformes socio-numériques, dont l'activité repose sur la production régulière de contenus ainsi que la gestion d'une audience (Bishop, 2021). Ainsi, ils mobilisent leur capacité à communiquer et à entretenir une relation avec leur communauté en ligne afin d'influer sur leurs opinions et comportements (Aran-Ramspott et al., 2018).

2.2. La professionnalisation de l'influence

2.2.1. Le travail aspirationnel

Aujourd'hui, les créateurs de contenus devenus influenceurs sur les plateformes, comme YouTube, ont la possibilité d'exercer leur activité à temps-plein avec rémunération (Abidin, 2015). « *Do What You Love* » et en être payé devient l'idéal à atteindre, en particulier dans le secteur culturel, créatif ainsi que sur les plateformes sociales, qui s'y prêtent davantage (Duffy, 2016, 2017). L'objectif est de travailler par passion, cependant, très peu de personnes parviennent réellement à atteindre ce but.

En effet, en France, seuls 15% des influenceurs sont identifiés comme professionnels et peuvent vivre uniquement de cette activité (Benbouzid & Alexandre, 2024). De plus, un sondage rassemblant les réponses de 1.000 bloggers démontre que seulement 17% d'entre eux sont capables de subvenir à leurs besoins grâce à leur activité tandis que 81% n'ont jamais produit 100\$ (Duffy, 2017).

Brooke Erin Duffy, chercheuse spécialisée en réseaux sociaux, détermine alors le concept de « travail aspirationnel » qui fait partie intégrante de la voie de professionnalisation des influenceurs (Duffy, 2016). Le concept de travail aspirationnel émerge d'un contexte où l'entrepreneuriat est romancé et dans lequel le mantra central est « *Do What You Love* » (Duffy, 2017). De fait, une étude concernant les ambitions professionnelles de jeunes personnes âgées de 18 à 34 ans démontre que deux tiers d'entre elles désirent monter un business, et 37% souhaitent travailler indépendamment (Duffy, 2017). De plus, les secteurs de la culture et des médias sont davantage touchés par cette envie car ils sont principalement caractérisés par un désir d'autonomie, de flexibilité ainsi que d'une possibilité de s'accomplir individuellement (Duffy, 2017).

Concrètement, le travail aspirationnel est défini selon Duffy dans son livre « *(Not) Getting paid to do what you love : gender, social media, and aspirational work* », publié en 2017, comme :

« Le travail par aspiration est un mode de travail (principalement) non rémunéré et indépendant, motivé par l'idéal très vénéré d'être payé pour faire ce que l'on aime. En tant que pratique et idéologie des travailleurs, le travail par aspiration détourne l'attention des créateurs de contenu du présent vers l'avenir, leur faisant miroiter la perspective d'une carrière où travail et loisirs coexistent. » (Duffy, 2017, p.4, traduction libre)

Dans cette idéologie, l'influenceur travaille gratuitement et à l'aide de ses propres moyens de financement dans l'espoir de se faire remarquer. Il espère, dans le futur, acquérir un capital social, un emploi ou une rémunération de ses efforts et investissements passés. Il espère obtenir de meilleures opportunités professionnelles, par exemple, décrocher une carrière à temps plein grâce à sa participation antérieure dans le secteur de l'économie en ligne (Duffy, 2017). Il s'agit pour la majorité de ces influenceurs d'un objectif non atteint, dû à cet avenir incertain (Duffy, 2017).

Les travailleurs aspirants doivent être dotés d'une certaine discipline pour espérer aboutir à un résultat concret. En effet, ils gèrent différents aspects de leurs réseaux sociaux comme par exemple, gérer leur flux de travail, mettre en scène leur contenu puis le diffuser sur les plateformes (Duffy, 2017). Le point crucial est la cohérence et la régularité dans le travail tout en s'autopromouvant sur les plateformes sociales, notamment en ayant recours au *self-branding* (Duffy, 2017). Finalement, leur travail acharné est également combiné avec le facteur de chance, qui est un élément décisif dans leur chemin vers la réussite (Duffy, 2017).

Malgré son discours très romancé, l'idéologie *DWYL*⁵ cache dès le début des problèmes d'inégalités sociales, d'éducation, de compétences et de genres (Duffy, 2016). Les plateformes sociales démontrent que « tout le monde » peut se lancer en tant qu'influenceur, cependant cette tâche est plus ardue pour certains que d'autres (Christin & Lu, 2024). Effectivement, le travail aspirationnel implique que l'individu doit s'investir en temps, en énergie et apporter un capital

⁵ *Do What You Love.*

financier dès le départ, et cela sans garantie de retour sur investissement. Le travailleur aspirant doit parfois se calquer sur des horaires de travail variables comme des soirées ou les weekends (Duffy, 2017). De plus, il requiert une certaine autodiscipline pour espérer gagner en succès et il est important de bien connaître son audience en analysant ses statistiques (Duffy, 2017).

Pour certaines personnes, ces conditions incertaines ne sont pas envisageables et freinent leur ambition. Pourtant, cet investissement est nécessaire afin que ces personnes puissent s'intégrer au marché de la consommation dans lequel participent activement les influenceurs (Duffy, 2016). Par exemple, les YouTubeurs doivent pouvoir se montrer à jour en matière d'équipement technologique afin de garantir la qualité de vidéo attendue (Duffy, 2017). De plus, s'occuper activement de ses réseaux sociaux, les multiplier et les maintenir à jour avec du contenu de qualité demande un engagement supplémentaire que tout aspirant ne peut se permettre (Duffy, 2016).

Le travail aspirationnel reprend des caractéristiques qui étaient historiquement associées au travail féminin. On entend par là que le travail aspirationnel, malgré un cadre contemporain, est précaire, mal payé, peu valorisé et contient des obligations d'horaires flexibles (Duffy, 2017 ; Rodriguez-Modroño et al., 2022).

2.2.2. La monétisation de l'influence et ses tensions

En 2021, on estime que 163 millions de personnes dans le monde vivent de petits boulots sur les plateformes digitales (James, 2022). Les influenceurs génèrent de l'argent à travers différents moyens de par l'influence dont la plus courante est de produire du contenu sponsorisé (Christin & Lu, 2024).

La rémunération des influenceurs se lançant par passion est difficile. Néanmoins, ceux-ci peuvent avoir recours à d'autres moyens de rémunération et diversifier leurs activités pour générer des revenus. Pour ce faire, ils doivent user d'autres stratégies. Par exemple, en migrant vers d'autres plateformes, accepter des partenariats ou encore proposer la vente de produits (Benbouzid & Alexandre, 2024). Même si les placements de produits sont populaires, ils sont moralement controversés et risquent d'entacher l'image de l'influenceur dit passionné et honnête (Pasquier &

Gilliotte, 2024). Pour l'influenceur, il est parfois difficile de discerner ses goûts personnels de l'objectif commercial, car les frontières entre contenu sponsorisé et contenu éditorial sont floues (Abidin & Ots, 2015). Malgré cela, il est important de noter qu'authenticité et obligations économiques peuvent coexister (Reid, 2023).

Les personnes qui tiennent un réseau social et ayant pour projet d'en faire leur métier doivent concilier des tensions notamment entre travail et loisirs, authenticité et autopromotion et pour finir, entre créativité et commerce (Duffy, 2017).

C'est précisément cette tension entre logique passionnelle et logique commerciale qui semble structurer une partie des jugements moraux portés par les communautés en ligne. Comme démontré par l'analyse des ordres moraux dans ce mémoire.

2.2.3. Le self-branding

Une marque (*brand* en anglais) est définie comme un ensemble de caractéristiques associés à un produit, un service, un lieu, une personne ou une organisation et qui constitue son identité, reconnaissance, réputation et souligne son unicité (Cullen et al., 2024). Keller (2013) précise cette définition selon deux angles complémentaires. En premier lieu, celui de *l'American Marketing Association* (AMA) qui présente la marque comme un « *nom, terme, signe, symbole, ou design, ou une combinaison de tout cela, destiné à identifier les produits et services d'un vendeur ou d'un groupe de vendeurs et de les différencier du marché concurrentiel* » (Keller, 2013, p.30). En second lieu, un angle plus managérial selon les professionnels du terrain qui la perçoivent comme « *quelque chose qui a créé une certaine notoriété, réputation ou importance sur le marché* » (Keller, 2013, p.30-31).

Étroitement liée à la marque, l'image de marque (*branding* en anglais) correspond, selon Keller (2013), à « *un ensemble de perceptions portant sur une marque reflétée par les associations à la marque détenues dans la mémoire du consommateur* » (Keller, 2013, cité dans Mrabet & Chaichaa, 2022, p.742).

Le *personal branding*, un terme différent se référant au *self-branding*, peut être compris comme un outil marketing permettant d'aider à la représentation mentale d'un produit, service, organisation ou d'un individu, comme un influenceur par exemple. Cet outil est proactif, planifié et en fin de compte, un processus stratégique utilisé afin de communiquer notre valeur unique (Khamis et al., 2016).

Jacobson (2020) définit ce *personal branding* comme « *un processus consistant à développer, exploiter et classer des informations personnelles et à fournir une description complète permettant à d'autres personnes de comprendre facilement l'identité d'un individu à l'aide des réseaux sociaux* » (Jacobson, 2020, cité dans Cullen et al., 2024, p.2). La définition apportée par Gorbatov et al. (2018) ajoute que le *personal branding* est un procédé stratégique afin de créer et maintenir auprès d'une audience ciblée une impression positive de soi basée sur une combinaison de caractéristiques individuelles (Gorbatov et al., 2018, cités dans Cullen et al., 2024).

Chaque individu peut devenir une marque, certains n'en sont pas conscients, d'autres utilisent cette possibilité pour s'auto-marquer, par exemple, sur les réseaux sociaux. L'avantage de la création de marque permet aux individus de se différencier les uns des autres, surtout dans un contexte marketing où l'audience émet des jugements basés sur le *personal branding* (Cullen et al., 2024) et où la compétition est de plus en plus agressive (Vasconcelos & Rua, 2021). Aussi, la logique du *personal branding* s'inscrit dans un contexte économique où s'auto-marquer permet aux jeunes professionnels de se démarquer en vantant une image, un statut, des compétences, des forces ou des expériences. Le *self-branding* permet de créer une image souhaitée, accompagnée d'un argument de vente unique (Vasconcelos & Rua, 2021).

Concrètement, les individus utilisent une multitude de réseaux sociaux pour établir, développer et gérer la présence de leur marque personnelle, s'engager sur ces réseaux permet de renforcer sa marque personnelle (Cullen et al., 2024). Grâce à la montée d'Internet et des réseaux sociaux tels que YouTube, Instagram, TikTok, etc, les individus autres que les célébrités ou professionnels peuvent établir une marque personnelle à travers une présentation de soi et atteindre une plus large audience (Cullen et al., 2024). Le *personal branding* est devenu accessible pour tout le monde, et les influenceurs en particulier l'utilisent afin de créer un avantage compétitif (Vasconcelos & Rua,

2021). Le *self-branding* est, à la différence de la réputation, un procédé volontaire et intentionnel. De plus, s'auto-marquer peut s'établir à n'importe quel moment d'une vie et pour tout individu. Le *personal branding* comporte également quelques challenges. En effet, le persona⁶ utilisé pour s'auto-marquer peut être modifié lorsque la personne le souhaite. Cependant, il est important de conserver une cohérence entre son auto-marque ainsi que le contrôle de l'information véhiculée lorsqu'il faut aussi suivre le rythme des tendances et maintenir une certaine stratégie (Cullen et al., 2024).

Cette exigence de cohérence entre le persona construit et son évolution dans le temps est intéressante pour ce mémoire. En effet, elle suggère que toute modification perçue de l'image de l'influenceur, y compris celle liée à une diversification entrepreneuriale est susceptible d'être évaluée par l'audience par rapport à cette cohérence attendue.

2.2.4. La création d'une marque en extension de la profession

Les influenceurs ayant d'abord recours au *self-branding* cherchent parfois à développer davantage leur image de marque. Ainsi, certains se lancent dans l'entrepreneuriat en développant une marque contenant différents produits et services. Alors que nous connaissons les influenceurs pour leurs placements de produits ou collaborations avec des marques existantes, des incubateurs sont maintenant en charge de développer la marque d'un influenceur (Leggett et al., 2026). Les influenceurs possédant déjà un *self-branding* fort sont plus susceptibles d'utiliser leur capital de marque dans le but de créer une marque commerciale (Leggett et al., 2026). De plus, les plateformes sociales encouragent les influenceurs à créer des produits dérivés en proposant des espaces dédiés pour les promouvoir.

La marque de l'influenceur doit posséder une image mentale forte, unique et pertinente tout comme leur *self-branding* individuel (Khamis et al., 2016). Une fois de plus, la logique de se différencier compte énormément, pour ce faire, on imprègne la marque d'une personnalité. L'image de la

⁶ Le persona désigne l'image ou l'identité construite et projetée par un individu dans le cadre de sa démarche de *personal branding*, susceptible d'évoluer dans le temps tout en nécessitant une cohérence avec la stratégie de marque personnelle adoptée (Cullen et al., 2024).

marque peut être interprétée par l'audience et ce, négativement ou positivement (Cullen et al., 2024). Les produits et services proposés doivent démontrer une confiance relationnelle, une certaine assurance et des émotions. La marque, doit quant à elle, être claire, cohérente et ciblée. L'extension de la marque en partant d'une déjà existante est une tactique permettant d'éviter l'entrée à d'autres concurrents sur le marché (Sharp, 1991). Il y a plusieurs avantages concernant ce procédé. Premièrement, capitaliser sous un nom existant et qui rapporte bien permet de montrer aux distributeurs que la marque est déjà implémentée et lucrative, ce qui augmente la confiance accordée (Sharp, 1991). Deuxièmement, il est plus facile de sensibiliser au nouveau produit dû à sa notoriété déjà existante, ce qui réduit les coûts promotionnels (Sharp, 1991).

Cependant, une extension de la marque peut comporter des points négatifs. Effectivement, la marque étendue est reliée à la marque mère, une publicité négative peut entraîner une perception négative de l'une des deux (Sharp, 1991). L'utilisation excessive de marques étendues peut également être préjudiciables pour la marque mère (Sharp, 1991).

Cette interdépendance entre la marque personnelle de l'influenceur (marque mère) et sa nouvelle marque commerciale (marque étendue) éclaire directement les mécanismes de jugement observés dans ce mémoire. De fait, une réception négative du projet entrepreneurial ne reste pas circonscrite au produit lui-même mais rejaillit potentiellement sur l'image de l'influenceur dans son ensemble. De même qu'inversement, une image personnelle jugée cohérente et digne de confiance contribue à légitimer la nouvelle marque. En se basant sur cette logique d'interdépendance entre marque mère et marque étendue (Sharp, 1991), on peut avancer que c'est cette perméabilité entre les deux marques qui rend les initiatives entrepreneuriales des influenceurs sensibles au jugement moral de leur communauté.

2.3. La relation entre l'influenceur et sa communauté

2.3.1. La relation parasociale entre l'influenceur et sa communauté en ligne

A l'ère des médias de masse, Horton et Wohl (1956) ont relevé qu'il était possible pour le public d'avoir l'impression d'entretenir des relations dites personnelles avec des personnalités

médiatiques. Par exemple, avec des célébrités de la télévision ou de la radio (Horton & Wohl, 1956). Ce type de relation est appelée une relation parasociale et comporte plusieurs caractéristiques.

La relation parasociale est unilatérale, non réciproque et est une illusion de face-à-face qu'un spectateur développe avec une personnalité médiatique (Horton & Wohl, 1956). L'interaction est également, selon Horton & Wohl, non dialectique, contrôlée par l'interprète et non susceptible d'évolution mutuelle (Ferchaud et al., 2018). Dans cette relation à sens unique, le spectateur a profondément la sensation de connaître la célébrité mieux que personne, alors que la personnalité médiatique, elle, ne connaît pas l'existence de ce spectateur (Horton & Wohl, 1956). De plus, un sentiment d'intimité y est étroitement lié car le spectateur a l'illusion de se sentir proche de la personnalité médiatique. Ceci est dû à la manière dont s'adresse la personnalité publique notamment à la télévision où elle parle en se mettant face au téléspectateur ce qui donne une impression d'échange direct (Ferchaud et al., 2018).

Les YouTubeurs participent au maintien des relations parasociales avec leur audience. En effet, ceux-ci organisent stratégiquement leur performance afin de créer cette illusion d'interactions réciproques (Ferchaud et al., 2018). Pour ce faire, ils s'adressent directement face caméra à leurs abonnés et s'adressent à eux à la deuxième personne (Balleys, 2018). Ils ajoutent également des indices visuels dans ce même but de donner une impression de conversation avec le spectateur. Pour une grande partie des membres de l'audience, intégrer cette relation parasociale est important dans leur univers social (Ferchaud et al., 2018).

Un des points clés de réussite de la relation parasociale est l'authenticité qui y est impliquée (Ferchaud et al., 2018). Pour ce faire, l'influenceur peut avoir recours à l'auto-divulgence en dévoilant des moments de vie, des émotions ou des expériences afin de favoriser le sentiment de proximité avec les spectateurs. Ce type de communication peut également encourager certains membres de la communauté à se dévoiler à leur tour, notamment à travers la section commentaire sous les vidéos (Ferchaud et al., 2018).

Crystal Abidin apporte des précisions sur les stratégies communicationnelles par lesquelles les influenceurs donnent l'impression d'entretenir une relation intime avec leur audience. Elle travaille notamment sur le concept de *perceived interconnectedness*. Il s'agit, à la différence des relations parasociales classiques présentées par Horton et Wohl, d'une relation co-construite par l'influenceur et ses *followers* (Abidin, 2015). Les plateformes sociales actuelles permettent une communication horizontale où l'infrastructure est plus démocratique. En effet, les *followers* peuvent interagir avec l'influenceur en répondant dans la section commentaire sous les publications. La communication est bi-directionnelle, elle peut aller de l'influenceur vers l'audience ou inversement. Pour terminer, il existe deux types de communication simultanées, one-to-many (l'influenceur poste une vidéo pour des milliers de personnes) et one-to-one (l'influenceur répond individuellement à l'un des commentaires) (Abidin, 2015).

La relation parasociale peut être fragilisée comme lorsque les influenceurs commencent à intégrer des marques dans leur contenu. En créant ainsi du contenu sponsorisé, ils prennent un risque de rompre le contrat de confiance envers leur communauté (Abidin & Ots, 2015). Ceci est notamment le cas lorsque l'influenceur ne respecte pas les codes éthiques lors de ces collaborations et peut décevoir alors ses abonnés.

Cette notion de contrat de confiance entre les deux parties susceptible d'être rompu constitue l'un des fils conducteurs les plus directs de ce mémoire. Effectivement, c'est précisément ce sentiment de rupture, exprimé par certains membres des communautés d'Andie Ella et de Maghla qui alimente notamment l'ordre moral de la responsabilité relationnelle envers la communauté développé dans l'analyse des résultats.

2.3.2. Les communautés en ligne

Les communautés en ligne désignent des espaces numériques où des individus interagissent autour d'intérêts, de pratiques ou d'objectifs communs. Nous avons remarqué cela à travers les communautés sur YouTube, par exemple. Ces communautés reposent d'une part, sur une participation volontaire de celle-ci et d'autre part, sur des formes d'organisation qui émergent

directement des interactions entre utilisateurs, à l'inverse d'être imposées par une autorité centrale (West, 2013).

Les communautés sont également caractérisées par leur dimension sociale. Effectivement, celles-ci permettent avant tout aux individus de créer des liens, de développer un sentiment d'appartenance et de maintenir des relations malgré les distances physiques. Les recherches sur les communautés en ligne démontrent ainsi qu'elles ne sont pas uniquement fonctionnelles mais reposent sur des dynamiques sociales proches des communautés hors ligne (Preece & Maloney-Krichmar, 2005).

Comme évoqué précédemment, les utilisateurs au sein des environnements numériques ne sont pas que de simples consommateurs. En effet, ceux-ci participent activement à la diffusion, à la transformation et à la réinterprétation des contenus. Il s'agit d'une logique de circulation qui repose sur l'engagement du public et sa capacité à donner du sens aux contenus dans différents contextes sociaux (Mogensen, 2014).

Cependant, ces espaces communautaires ne fonctionnent pas sans régulation. Sur certaines plateformes, il arrive que chaque communauté établisse ses propres règles dans le but d'encadrer les échanges. Ce système de gouvernance est à la fois distribué et structuré, en combinant des règles locales propres aux communautés, en plus des règles globales imposées par la plateforme (Fiesler et al., 2018).

Enfin, les communautés en ligne fonctionnent grâce à des règles et des habitudes sociales propres, celles-ci peuvent exister sous deux formes : écrites ou non écrites. Ces règles influencent la façon dont les membres d'une communauté en ligne se comportent entre eux, s'entraident, ou parfois, entrent en conflit. Cela démontre à quel point chaque communauté est différente et évolue à travers le temps, selon la manière dont les utilisateurs l'utilisent (Fiesler et al., 2018).

Cette dimension régulatrice des communautés en ligne, notamment le fait qu'elles soient dotées de règles explicites ou tacites afin d'encadrer les comportements des membres, s'exprime entre autre

à travers la section d'espace commentaire. En effet, il s'agit d'un lieu privilégié où se manifestent concrètement ces normes collectives.

2.3.3. L'espace commentaire comme lieu d'échange et d'expression

Comme évoqué précédemment, les réseaux sociaux tels que YouTube, sont popularisés grâce au *user-generated content*, c'est-à-dire que le contenu est créé par l'utilisateur lui-même (Reagle, 2015). Ainsi, un utilisateur sur les plateformes sociales peut publier du contenu, télécharger, partager ou même commenter du contenu posté par d'autres utilisateurs. En permettant ces fonctionnalités, une nouvelle culture des réseaux sociaux voit le jour (Oloo, 2021). L'ascension des plateformes sociales permet alors à des milliers d'utilisateurs de partager du contenu mais aussi d'échanger des pensées et diverses opinions à l'aide de la fonctionnalité commentaire (Talukder, 2023).

Les commentaires sont des messages publiés sous une publication sur un réseau social, il s'agit d'un genre de communication à part entière qui présente plusieurs caractéristiques. Tout d'abord, les commentaires existent pour être lus par quelqu'un d'autre, il revêt un caractère social. De ce fait, un commentaire peut être vu, lu et engage parfois (mais pas toujours) une réponse de la part d'un autre utilisateur, ainsi il est également réactif (Reagle, 2015). De plus, le commentaire est asynchrone, ce qui signifie que les interactions ne se déroulent pas systématiquement en temps réel, mais avec un décalage entre la publication et celles-ci (Reagle, 2015).

Ensuite, un commentaire est un message écrit en général plutôt court, mais il peut également être long en raison de l'absence de limites de caractères (Reagle, 2015). Il existe différents types de commentaires, en fonction de l'objectif du commentateur. Effectivement un commentaire peut : informer, améliorer, manipuler, aliéner, façonner (une opinion) ou déconcerter (Reagle, 2015).

Finalement, un commentaire porte toujours sur un objet et provient d'un auteur, anonyme ou identifié (Reagle, 2015). Il a été démontré dans la littérature que l'auteur façonne le jugement du commentaire et adopte rarement une posture neutre, il publie alors des commentaires aussi bien négatifs que positifs (Talukder, 2023).

Les différentes caractéristiques du commentaire, qu'il s'agisse de son caractère social et réactif, sa diversité de fonction et son absence de posture neutre du point de vue de l'auteur en font un matériau riche. Et ce, dans le but d'observer la manière dont les jugements moraux se construisent et se donnent à voir publiquement. C'est cette fonction de modelage d'opinion que ce mémoire cherche à comprendre. Dans cette perspective, nous nous intéresserons à la manière dont les commentaires, pris collectivement, participent à une forme de régulation morale des initiatives entrepreneuriales des influenceurs.

2.3.4. La critique collective comme régulation morale

Comme susmentionné, le commentaire ne se limite pas à une fonction informative, il peut en effet façonner une opinion, la manipuler ou déconcerter (Reagle, 2015). De plus, l'auteur adopte rarement une posture neutre (Talukder, 2023). Cette absence de neutralité prend une dimension particulière lorsque plusieurs commentaires pris collectivement en viennent à exercer une contrainte sur le comportement de l'influenceur commenté.

Le concept d'entrepreneur moral, développé par Howard Becker (2020) dans le cadre de la sociologie de la déviance permet d'éclairer ce phénomène. Selon Becker, les règles sociales ne préexistent pas nécessairement aux comportements qu'elles condamnent. Ces règles sociales sont activement définies, promues et imposées par certains acteurs, qu'il nomme entrepreneurs moraux. Ces derniers prennent l'initiative de désigner un comportement comme acceptable ou condamnable, et œuvrent à partager cette définition au reste du groupe. En transposant ce concept à l'espace commentaire, on peut avancer que certains membres d'une communauté en ligne ne se contentent pas de réagir individuellement à une initiative entrepreneuriale. Certains s'efforcent d'imposer activement une lecture morale de la situation à l'ensemble de la communauté. Pour donner un exemple, certains utilisateurs tentent de raisonner les autres commentateurs tandis que d'autres, initient les vagues de critiques.

Cette dynamique de jugements divergents et parfois contradictoires, observée sous une même publication, peut par ailleurs être éclairée par le concept de *networked publics* développé par danah boyd (2010). L'autrice démontre que les plateformes numériques rassemblent, sous un même

contenu, des publics multiples aux attentes potentiellement différentes qui ne se seraient pas spécialement rencontrés hors ligne. boyd définit le phénomène de *context collapse* comme l'effondrement de frontières sociales habituellement distinctes (audiences familiales, amicales, professionnelles) qui se retrouvent réunies dans un même espace numérique (boyd, 2010). Ainsi, une même publication peut concentrer des discours moraux divergents dans son espace commentaire. Par exemple, différents segments de l'audience, porteurs de cadres de référence distincts, se retrouvent à juger simultanément et publiquement une même initiative entrepreneuriale. Par cadres de référence, on retrouve notamment les contextes sociaux différents et les attentes diverses sur ce qui est approprié (boyd, 2010).

Ensemble, ces deux apports théoriques permettent de comprendre l'espace commentaire non pas comme une simple addition de réactions individuelles, mais comme un lieu où se négocie collectivement et publiquement le jugement moral d'une action.

Partie 3 - Cadre théorique

Après avoir exposé lors de la partie précédente, les éléments théoriques essentiels à la compréhension de ce mémoire, cette prochaine partie vise à présenter le cadre théorique à travers lequel les données récoltées seront analysées. Il s'agit de définir les outils conceptuels avec lesquels nous allons interpréter les discours des communautés en ligne face aux initiatives entrepreneuriales d'Andie Ella et de Maghla.

Ce cadre théorique se construit en plusieurs temps. Premièrement, il s'agit de définir ce qu'est un jugement moral en partant d'une conception centrée sur l'individu pour progressivement l'ancrer dans une dimension sociale et collective, propre aux interactions numériques. Deuxièmement, le concept d'ordre moral, qui constitue un élément central de ce mémoire, sera présenté et justifié comme cadre d'analyse principal. Finalement, quelques éclairages théoriques complémentaires viendront enrichir la compréhension des mécanismes de jugement observés dans les résultats de ce mémoire.

3.1. Définir le jugement moral

Un jugement moral correspond à l'évaluation qu'une personne porte sur une situation, une action ou une autre personne en se référant à des normes, des valeurs ou des principes qui, dans un contexte social donné, régissent du « bien » ou du « mal » (Lehalle et al., 2004).

Kohlberg apporte un modèle appelé « Le modèle de Kohlberg ». Il s'agit d'un modèle théorique divisé en trois grands niveaux de développement et qui permet de démontrer que le jugement moral n'est pas linéaire mais évolue au fil de la vie. Le premier niveau est centré sur l'intérêt personnel, ce qui correspond à la moralité pré-conventionnelle où le but est de maximiser les gains personnels en évitant les sanctions (Lehalle et al., 2004). Le deuxième niveau s'oriente vers une logique de groupe avec un respect des règles et des conventions sociales qui sont applicables à tous, il s'agit de la moralité conventionnelle. L'enjeu de cette moralité est de satisfaire les attentes interpersonnelles (Lehalle et al., 2004). Finalement, le dernier niveau, est celui de la moralité post-conventionnelle, il n'est pas obligatoire à atteindre contrairement aux deux précédents. Cette

dernière étape consiste à relativiser les normes collectives et à établir soi-même ses propres principes. L'individu peut choisir d'agir à l'encontre des règles établies collectivement si cela lui semble juste par rapport à ses principes individuels (Lehalle et al., 2004). L'idée est de trouver un juste équilibre entre individualité et collectivité (Lehalle et al., 2004).

Le modèle de Kohlberg offre ainsi un premier éclairage précieux sur la nature évolutive et non figée du jugement moral. Nous considérons néanmoins que ce modèle présente une limite importante pour ce mémoire. Étant donné qu'il est centré sur le développement cognitif de l'individu, il ne permet pas de rendre compte de la dimension collective et interactionnelle du jugement moral tel qu'il se manifeste dans les espaces commentaires en ligne. L'espace commentaire permet un jugement public qui peut être influencé par les prises de positions des autres membres de la communauté. L'internaute ne juge donc pas de façon isolée. C'est cette dimension sociale du jugement moral qu'il convient à présent d'approfondir.

3.2. Le jugement moral en contexte numérique

Toutefois, les interactions en ligne offrent une opportunité d'observer le raisonnement moral en milieu naturel. En d'autres termes, cela signifie capturer le comportement naturel qu'un internaute adopte dans un écosystème numérique. On observe alors que ces jugements ne résultent pas seulement du développement cognitif, mais sont également influencés par des facteurs sociaux. Sur les plateformes sociales, le jugement moral s'apparente souvent à un sens commun où les utilisateurs forment des verdicts de propriété (si quelque chose est approprié ou non) basés sur des situations sociales complexes et nuancées (Xi & Singh, 2023).

Ce constat rejoint directement la limite identifiée précédemment vis-à-vis du modèle de Kohlberg : le jugement moral en ligne ne se comprend pas uniquement comme le produit d'un raisonnement individuel, mais comme un phénomène situé et façonné par le contexte social et discursif dans lequel il s'exprime. Les verdicts de propriétés identifiés par Xi et Singh (2023) suggèrent ainsi que les internautes ne se contentent pas d'appliquer des principes moraux abstraits, mais construisent collectivement, au fil des échanges, des critères partagés (bien que parfois contradictoires) pour juger de l'acceptabilité d'une situation ou d'un comportement.

Il convient à présent de définir cette dimension collective et construite du jugement moral à travers le concept théorique de l'ordre moral.

3.3. L'ordre moral comme cadre d'analyse

L'ordre moral est défini par Harré (1987) comme « *un système de critères publics, défini collectivement, permettant de juger si une personne mérite le respect ou le mépris* » (Harré, 1987, cité par Haapoja et al., 2024). En d'autres termes cela correspond à un cadre collectif qui fixe des critères publics permettant d'évaluer si une personne mérite respect ou mépris. Plusieurs ordres moraux peuvent coexister, ce qui implique qu'une action peut se trouver dans plusieurs ordres, tout dépend du contexte (Haapoja et al., 2024).

Cette définition répond directement à la limite identifiée plus haut : l'ordre moral déplace le regard du jugement individuel vers le système de critères partagé au sein duquel ce jugement prend sens. Il ne s'agit plus de savoir ce qu'un individu juge mais sur quelle base collective ce jugement devient possible et légitime aux yeux des autres membres de la communauté.

Haapoja et al. (2024) mobilisent ce concept dans leur étude des discours à propos des créateurs de contenu et de leur rapport aux algorithmes des plateformes numériques au sein de la plateforme Reddit. Plutôt que de se limiter à une identification thématique des discours, les auteurs cherchent à dégager les différents ordres moraux qui structurent ces discours. Il s'agit des critères sur lesquels repose l'attribution de responsabilité, de mérite ou de blâme envers les créateurs de contenu (Haapoja et al., 2024). Leur démarche montre qu'un même comportement peut être interprété de plusieurs manières différentes mobilisant divers ordres moraux pour l'évaluer (Haapoja et al., 2024). Pour donner un exemple concret issu de l'article, adapter son contenu pour correspondre à un algorithme peut être vu comme une compétence professionnelle légitime, une manipulation condamnable ou encore, un mal nécessaire imposé par la structure de la plateforme selon la vision de chacun et ainsi, prendre part dans plusieurs ordres moraux (Haapoja et al., 2024).

Au sein de l'espace numérique, cet ordre moral est hautement dépendant du sujet ou de la thématique abordée, ainsi que des facteurs sociaux de l'auteur du contenu. De fait, l'ordre moral d'une communauté numérique fonctionne comme un cadre de « modération sociale », où les commentaires servent à justifier et à accumuler des critères de jugements sur la conduite d'un individu, par exemple d'un influenceur (Xi & Singh, 2023).

Enfin, la réponse morale suscitée par un contenu ne dépend pas uniquement de l'action de l'influenceur, mais aussi de l'identité et des intérêts des membres de la communauté. Le profil socioculturel des abonnés module leur sensibilité émotionnelle et leurs standards d'évaluation (Xi & Singh, 2023). Ainsi, une même action peut susciter des jugements divergents (Xi & Singh, 2023).

C'est cette approche par les ordres moraux, telle qu'opérationnalisée par Haapoja et al. (2024), qui structure la démarche analytique de ce travail (voir partie sur l'analyse des résultats). À partir des thèmes dégagés lors de l'analyse thématique des discours portant sur Andie Ella et Maghla, il s'agira d'identifier les critères de jugement sous-jacent à ces discours puis de les regrouper en ordres moraux transversaux aux deux cas étudiés.

3.4. Éclairages complémentaires sur les ordres moraux

Au-delà du cadre général proposé par Harré (1987) et mobilisé par Haapoja et al. (2024), deux apports théoriques complémentaires permettent d'éclairer davantage les mécanismes de jugements moraux observés.

Le premier cadre concerne la notion de don et contre-don, développé par Marcel Mauss (2012). Dans son analyse des sociétés dites archaïques, Mauss montre que l'échange social repose sur une triple obligation : donner, recevoir et rendre. Le don n'est jamais entièrement gratuit. En effet, il engage celui qui le reçoit dans une relation de réciprocité, dont la rupture est vécue comme une atteinte au lien social lui-même. Bien que ce cadre ait été pensé pour des sociétés radicalement différentes de la nôtre, on entend par là un contexte numérique contemporain, il offre une grille de lecture pertinente pour comprendre certains jugements moraux observés dans ce mémoire. De fait, lorsque des membres d'une communauté partagent gratuitement leurs histoires personnelles ou leur

engagement envers une influenceuse, ils s'inscrivent implicitement dans une logique de don, attendant en retour une forme de reconnaissance ou de réciprocité (voir partie sur l'analyse des résultats). La perception d'une monétisation de ce don, sans contrepartie jugée suffisante par la communauté, peut alors être vécue comme une rupture de ce contrat social implicite.

Le second apport provient des travaux de Boltanski et Thévenot (1991) sur les régimes de justification, également mentionnés par Haapoja et al. (2024) dans leur discussion sur les ordres moraux. Les auteurs exposent que les acteurs sociaux disposent de plusieurs répertoires de justification, ou « mondes », relativement stables qu'ils mobilisent pour légitimer leurs actions ou en juger la valeur. Ce cadre permet de comprendre pourquoi une même initiative entrepreneuriale peut être jugée de manière radicalement différente selon le régime de justification à travers lequel elle est envisagée. En effet, un projet peut être légitimé du point de vue de l'effort individuel fourni, tout en étant contesté du point de vue de la solidarité attendue envers la communauté. Cette coexistence de plusieurs régimes de valeur, potentiellement contradictoires, rejoint directement la logique des ordres moraux mobilisée dans ce mémoire.

Ces deux éclairages ne remplacent pas le cadre théorique principal fourni par Harré (1987) et Haapoja et al. (2024). En effet, ceux-ci viennent l'enrichir en offrant des pistes d'interprétation complémentaires pour comprendre pourquoi certains critères de jugement comme la réciprocité ou la justification par des valeurs concurrentes se manifestent avec une telle intensité dans les discours analysés.

Partie 4 - Conclusion de l'état de l'art et cadre théorique

Cette section consiste à la conclusion du cadre théorique de ce mémoire. Au sein de cette conclusion, nous reprenons les éléments théoriques qui nous amènent à la compréhension de la problématique en vue d'en tirer quelques sous-questionnements.

Premièrement, l'analyse de la littérature met en évidence une transformation des dynamiques d'influence à l'ère des plateformes numériques. Initialement appréhendée à travers la figure des leaders d'opinion, l'influence s'inscrit désormais dans un écosystème numérique où les créateurs de contenu occupent une place centrale dans la diffusion d'opinions, de normes et de pratiques culturelles, en devenant ainsi des influenceurs (Alloing et al., 2021 ; Aran-Ramspott et al., 2018). Ensuite, les travaux consacrés alors aux influenceurs, soulignent leur progressive professionnalisation, de même que la structuration d'une véritable économie de l'influence. De fait, ils développent des stratégies de micro-célébrité et de *self-branding* qui leur permettent de transformer leur identité, leur quotidien ainsi que leur image en ressources économiques et symboliques (Khamis et al., 2016 ; Marwick, 2013 ; Vasconcelos & Rua, 2021). Cette évolution va de pair avec l'intensification du travail numérique, marqué par des logiques de travail aspirationnel tout comme des environnements économiques incertains proposés par les plateformes sociales (Duffy, 2016 ; Benbouzid & Alexandre, 2024 ; Pasquier & Gilliotte, 2024).

Dans ce contexte, les initiatives entrepreneuriales prises par les influenceurs apparaissent comme une extension de ces dynamiques de professionnalisation. La création de marques, de produits ou de services constitue désormais une étape centrale pour certains influenceurs qui souhaitent consolider leur position au sein de l'économie numérique (Abidin & Ots, 2015 ; Leggett et al., 2026). Parallèlement, la littérature souligne le rôle central des communautés en ligne dans la structuration de ces pratiques. Les plateformes sociales numériques favorisent l'émergence des espaces participatifs où les publics prennent part à la circulation, à l'interprétation et à l'évaluation des contenus (Preece & Maloney-Krichmar, 2005 ; Mogensen, 2014 ; West, 2013). Ces communautés reposent sur des normes explicites et implicites qui encadrent les comportements en ligne, structurent les interactions et contribuent à la formation de formes de gouvernance collective (Fiesler et al., 2018).

De plus, les relations parasociales développées entre les influenceurs et leurs audiences renforcent l'implication émotionnelle des publics et contribuent à la formation d'attentes spécifiques en termes d'authenticité, de transparence ainsi que de cohérence (Horton & Wohl, 1956 ; Abidin, 2015 ; Reid, 2023). Les communautés en ligne ne se limitent pas à consommer les contenus, elles participent activement à l'évaluation des pratiques des influenceurs. Cette participation active prend la forme d'une véritable régulation morale : certains membres de la communauté agissent comme des entrepreneurs moraux (Becker, 2020), œuvrant à imposer une lecture partagée de ce qui est acceptable ou non. D'un autre côté, la coexistence de publics multiples sous un même contenu (boyd, 2010) explique pourquoi ces jugements peuvent être aussi divergents que contradictoires au sein d'un même espace commentaire.

Afin de mieux comprendre ces jugements, ce mémoire s'appuie sur le concept d'ordre moral (Harré, 1987, cité dans Haapoja et al., 2024) qui déplace le regard du jugement individuel vers les systèmes de critères collectivement partagés à partir desquels une action est jugée respectable ou méprisable. Cette approche, opérationnalisée par Haapoja et al. (2024), permet de rendre compte qu'un même comportement peut être jugé de manière différente selon l'ordre moral mobilisé pour l'évaluer. Ce principe rejoint les travaux de Mauss (2012) sur la réciprocité attendue dans toute relation d'échange, ainsi que ceux de Boltanski et Thévenot (1991) sur la coexistence de plusieurs régimes de justification au sein d'une même société.

Dans cette perspective, les espaces numériques apparaissent comme des lieux d'expression de normes sociales et de jugements moraux collectifs. Les interactions en ligne impliquent des processus d'évaluation, de critique et de régulation sociale par lesquels les membres des communautés en ligne expriment leurs attentes, leurs valeurs ainsi que leurs conceptions du « bon » ou du « mauvais » comportement (Fiesler et al., 2018 ; Sajus et al., 2009). Les initiatives entrepreneuriales des influenceurs, en liant visibilité, authenticité et enjeux commerciaux, constituent ainsi des situations susceptibles de faire émerger des jugements moraux.

Toutefois, si la littérature documente la professionnalisation des influenceurs, l'économie de la création de contenu et les dynamiques participatives des communautés en ligne, elle reste encore limitée tant qu'à l'analyse des jugements moraux suscités par les initiatives entrepreneuriales des

influenceurs. Cette limite est renforcée par le fait que peu de travaux mobilisent le cadre spécifique des ordres moraux pour analyser ce type d'initiatives (Harré, 1987, cité dans Haapoja et al., 2024).

Dans ce contexte, il semble pertinent d'examiner la façon dont les communautés en ligne réagissent à la commercialisation de produits, de marques et d'identités d'influenceurs ainsi que face à l'évolution de leurs contenus qui découlent de ces initiatives entrepreneuriales. Ces changements constituent des moments particulièrement révélateurs, au cours desquels se manifestent des attentes en matière d'authenticité, de transparence et de légitimité, pouvant donner lieu à des jugements moraux à travers des réactions d'approbation, de critiques ou de contestation.

Ainsi la problématique posée, ce mémoire vise à répondre à la question de recherche posée en introduction :

« En quoi les initiatives entrepreneuriales des influenceuses Andie Ella et Maghla constituent-elles un terrain d'expression de jugements moraux au sein de leurs communautés en ligne ? »

Afin de répondre à cette question, deux sous-questionnements sont également posés :

1. Quels critères de jugement mobilisent les membres des communautés en ligne pour évaluer la légitimité des initiatives entrepreneuriales des influenceuses étudiées ?
2. Dans quelle mesure ces critères de jugement diffèrent-ils, ou au contraire, se recoupent-ils selon le profil de l'influenceuse et la nature de son initiative entrepreneuriale ?

Partie 5 - Méthodologie

Cette partie présente la méthodologie utilisée dans ce mémoire. L'étude cherche à comprendre la manière dont les initiatives entrepreneuriales d'influenceurs peuvent susciter, au sein de leurs communautés en ligne, certaines formes de jugements moraux ainsi que des prises de position collectives. Dans le but de répondre à cette question, la démarche méthodologique se déroule en quatre temps : la justification du choix d'une approche qualitative, la constitution des corpus de données et la présentation des cas d'étude et pour terminer, la méthode d'analyse mobilisée.

5.1. Le choix d'une approche qualitative

Notre étude vise à comprendre le sentiment des communautés d'abonnés face aux diverses activités entrepreneuriales lancées par les influenceurs. Dans ce contexte, une approche quantitative ou statistique ne nous permettrait pas de saisir la richesse et l'enchevêtrement des réactions produites par les communautés en ligne. La recherche s'inscrit dans un paradigme interprétatif/constructiviste, suivant lequel un phénomène social doit être appréhendé dans son contexte, grâce aux descriptions et à la lumière du sens que les personnes donnent à leurs propres actions (Latzko-Toth et al., 2020). Notre choix de méthodologie se porte alors sur une analyse qualitative, ce qui nous semble adapté. L'analyse qualitative est un type de méthodologie de recherche ayant pour objectif de faire surgir le sens d'un phénomène (Paillé & Mucchielli, 2016). De plus, elle permet d'explorer la complexité des perceptions, opinions et jugements, sans mesurer la fréquence de ces phénomènes.

Par ailleurs, cette approche est particulièrement adaptée à l'étude de ce corpus de taille restreinte mais qualitativement riche, une caractéristique typique de la recherche qualitative en contexte numérique. En effet, un ensemble de données n'a pas besoin d'être volumineux pour être statistiquement représentatif et pertinent. La recherche qualitative sur de petits corpus vise avant tout à produire une compréhension et à contextualiser des phénomènes sociaux complexes, plutôt qu'obtenir une généralisation à grande échelle (Latzko-Toth et al., 2020). C'est dans cette perspective que nous justifions au sein de ce mémoire un corpus de commentaires volontairement limité et analysé en profondeur.

5.2. Constitution des corpus de données

Afin de répondre à la question de recherche, ce mémoire s'appuie sur deux corpus de données complémentaires. D'une part, un corpus de commentaires publiés sur différentes plateformes sociales numériques⁷, d'autre part un corpus de réponses à un questionnaire écrit ouvert. L'articulation de ces deux corpus permet d'appliquer ce que l'on appelle une triangulation des données, il s'agit d'appréhender un phénomène étudié à partir d'au moins deux points de vue différents (Caillaud & Flick, 2016).

Ces deux corpus se distinguent par leur nature et leur fonction au sein de l'analyse. D'abord, le corpus de commentaires donne accès à des réactions spontanées, produites dans l'environnement naturel des plateformes sociales immédiatement après la publication d'un contenu. A l'inverse, le questionnaire invite les répondants à prendre du recul et à formuler un discours moins spontané, plus réfléchi et développé sur un même sujet. Cette complémentarité permet de confronter des réactions dites plus spontanées avec des prises de position plus argumentées, renforçant la compréhension du phénomène sous plusieurs angles.

5.2.1. Corpus de commentaires en ligne

La collecte de données s'appuie sur une approche dite netnographique (Kozinets, 2015), méthode de recherche qualitative spécifiquement adaptée à l'étude des communautés virtuelles et des pratiques communicationnelles en ligne. La netnographie consiste à observer et analyser des interactions produites par les membres de communautés en ligne dans leur environnement naturel, sans intervention directe du chercheur dans le cours des échanges (Kozinets, 2015). Ainsi, cette méthode permet de capturer les discours spontanés situés dans leur contexte particulier.

1) Corpus Andie Ella

⁷ Voir Annexe 2, point 9.2.1. Corpus brut Andie Ella, p.91 et annexe 2, point 9.2.2. Corpus brut Maghla, p.107.

Pour ce premier cas d'étude, la collecte s'est concentrée sur la plateforme YouTube, où l'influenceuse publie le plus activement et où sa communauté est la plus engagée. Cette sélection s'inscrit dans une approche inductive. En effet, un premier visionnage des vidéos consacrées à la présentation de sa marque a permis de repérer les publications suscitant le plus de réactions communautaires sur la thématique entrepreneuriale, avant de procéder à la collecte de commentaires. Ce choix permet tout d'abord d'éviter d'avoir trop de commentaires hors sujet et non pertinents pour l'étude.

Les commentaires ont été récoltés sous 14 vidéos publiées entre le 19 novembre 2023, date de lancement de la marque de l'influenceuse nommée *Milia Matcha*, et le 1^{er} mai 2026. Les vidéos choisies couvrent différents formats liés à l'entrepreneuriat de l'influenceuse, notamment des vlogs documentant son quotidien de cheffe d'entreprise, des séquences de coulisses lors d'évènements de la marque ou encore, des vidéos de foire aux questions. Le détail des vidéos sélectionnées et du nombre de commentaires récoltés pour chacune d'entre elles est présenté en annexe⁸.

2) Corpus Maghla

Pour ce second cas d'étude, la démarche de sélection diffère. Le projet commercial de Maghla étant particulièrement récent, il n'est pas possible de constituer un corpus s'étendant sur une longue période. Nous avons concentré notre sélection à propos d'une publication unique, celle de l'annonce du projet, diffusée simultanément sur quatre plateformes : YouTube, Instagram, TikTok et X. Grâce à cette configuration, il est possible d'observer comment un même événement discursif génère des réactions variables selon les affordances et les cultures communicationnelles propres à chaque plateforme.

La collecte est effectuée sous les publications d'annonce du projet commercial diffusées le 17 février 2026 sur les quatre plateformes mentionnées. Le détail est également présenté en annexe⁹. Il est important de noter qu'il était initialement prévu d'ajouter les réactions suscitées lors de

⁸ Voir Annexe 5, **Tableau 2**. Vidéos sélectionnées et nombre de commentaires retenus pour le corpus de Andie Ella, p.174.

⁹ Voir Annexe 5, **Tableau 3**. Contenus sélectionnés et nombre de commentaires retenus pour le corpus de Maghla, p.175.

l'annonce en direct sur Twitch, plateforme de streaming en ligne, mais l'impossibilité de retrouver cette publication en lecture différée n'a pas permis d'en récolter les commentaires.

3) Critères communs

Les critères d'inclusion sont identiques pour les deux corpus. Les commentaires doivent être rédigés en français, d'au moins deux mots, mentionnant une référence directe aux initiatives entrepreneuriales, au contenu de l'influenceuse, ou exprimant un ressenti à son égard. Les commentaires uniquement composés d'émoticônes, hors sujet comme les jugements sur le physique, l'auto-promotion, le spam etc. ainsi que ceux dupliqués ont été exclus. Ce travail de sélection a permis de rassembler un corpus de 152 commentaires pour Andie Ella et de 208 commentaires pour Maghla.

5.2.2. Questionnaire ouvert

Dans l'optique de compléter les données issues des corpus de commentaires, un questionnaire¹⁰ écrit composé essentiellement de questions ouvertes a été administré auprès d'internautes. Le commentaire est bien souvent une réaction brève et contextuelle, tandis que le questionnaire invite le ou la participant·e à prendre du recul et à articuler sa pensée de manière plus élaborée. Il s'agit là d'un choix méthodologique directement lié à l'objet d'étude, les jugements moraux formulés face aux initiatives entrepreneuriales des influenceurs.

Pour construire ce questionnaire, la lecture préalable des commentaires du premier corpus a été d'une aide précieuse, permettant de repérer des éléments de discours pertinents à approfondir grâce à des questions adaptées (Samlak, 2020 ; Parizot, 2012). Le questionnaire a été créé via l'outil Forms de Microsoft, choisi essentiellement pour sa fonctionnalité de renvoi conditionnel entre sections et questions. Le questionnaire s'est donc opéré en ligne et est construit en 6 sections thématiques : données démographiques, perception générale du contenu d'influenceurs, puis deux blocs de questions spécifiques (connaissance de l'influenceuse et projet entrepreneurial) pour

¹⁰ Voir Annexe 1, Questionnaire, p.84.

chacun des deux cas d'étude. L'accès aux sections spécifiques de chaque influenceuse est conditionné par la connaissance et la consommation de son contenu. Ainsi, seulement des consommateurs du contenu de ces influenceuses peuvent y répondre et amener des éléments de réponse pertinents.

Bien que mené par écrit, ce questionnaire présente des caractéristiques de l'entretien thématique et semi-directif telle que la structure par thème prédéfinis (Samlak, 2020). Il permet également aux répondants une liberté d'expression de par l'absence de limites du nombre de caractères utilisés.

Le questionnaire a été diffusé du 1^{er} avril au 20 avril 2026, auprès de l'entourage proche et au sein du groupe Facebook féminin « Louvain-la-meuf » afin de toucher un public ayant plus de chances de connaître les influenceuses étudiées. Au total, il a permis de récolter 63 réponses, un nombre jugé satisfaisant vis-à-vis de la saturation thématique observée dans les réponses (Paillé & Mucchielli, 2016).

5.2.3. Considérations éthiques

Les données exploitées proviennent exclusivement de publications accessibles publiquement, sous forme de commentaires postés volontairement par les abonnés ou de réponses à un questionnaire anonyme. Afin de préserver l'anonymat de ces personnes, aucun pseudonyme, ni informations permettant d'identifier les auteurs n'est divulgué dans ce mémoire. L'objectif de cette recherche n'est pas d'exposer les répondants mais d'analyser les tendances discursives et les formes de jugements moraux au sein des communautés en ligne. Les influenceuses étudiées étant des figures publiques produisant du contenu destiné à une large diffusion, l'étude n'impacte pas leur vie privée. Ce qui est étudié sont les réactions suscitées par leurs initiatives entrepreneuriales dans des espaces de discussion publics.

5.2.4. Limites des dispositifs

Le dispositif de collecte de données présente plusieurs limites. Premièrement, il y a un biais d'auto-sélection dans le corpus de commentaires. En effet, seule une partie des internautes choisit de

s'exprimer publiquement, ce qui empêche d'affirmer que les commentaires analysés sont représentatifs de l'ensemble de la communauté. De plus, l'absence d'informations socio-démographiques sur les auteurs des commentaires ne permet pas d'établir un profil clair des personnes choisissant de s'exprimer.

Deuxièmement, concernant le questionnaire, l'absence de possibilité de relance immédiate limite l'approfondissement de certaines réponses. En revanche, le caractère anonyme du questionnaire favorise la liberté d'expression des répondants. Le choix de diffusion (entourage proche puis un groupe Facebook exclusivement féminin) constitue également un biais de sélection, limitant notamment la participation des hommes et surreprésentant probablement des personnes aux opinions déjà affirmées sur les influenceuses étudiées. Finalement, le format majoritairement ouvert du questionnaire a entraîné des réponses inégales en nombre de caractères, ainsi certains répondants ont fourni des réponses en quelques mots tandis que d'autres ont rédigé des paragraphes entiers.

5.3. Présentation des cas d'étude

5.3.1. Andie Ella

Andie Ella est une passionnée de maquillage et de création vidéo. Elle commence à publier ses premiers contenus sur YouTube en 2013, alors qu'elle n'est âgée que de 11-12 ans (Boussarie, 2025). Au fil du temps, elle diversifie ses contenus (vlogs, lifestyle, dégustations, voyages, beauté), ce qui lui permet de cumuler aujourd'hui plus de 150.000.000 vues et une communauté de près de 700.000 d'abonnés sur YouTube (Andie Ella, s.d.), ainsi qu'une présence active sur Instagram et TikTok.

Le 19 novembre 2023, Andie Ella dévoile la création de sa propre marque de thé matcha, *Milia Matcha* (Andie Ella, 2023). Depuis, l'influenceuse publie des vidéos consacrées à cette activité entrepreneuriale tout en conservant ses anciens formats de contenu.

La communauté d'Andie Ella, construite sur plus de dix ans d'activité, permet d'observer comment un public qui connaît l'influenceuse perçoit son évolution vers l'entrepreneuriat. Son auto-documentation continue de cette transition dans son propre contenu (vidéos concept sur l'entrepreneuriat, intégration de la dimension économique dans ses vlogs) constitue un matériau riche pour analyser la réception de ce changement par sa communauté.

5.3.2. Maghla

Maghla, de son vrai nom Barbara, se lance en 2016 sur Twitch, plateforme de diffusion en direct, où elle associe sa passion pour le jeu vidéo au format live. Appréciée pour son humour et sa personnalité perçue comme sincère, elle devient en janvier 2025 la première streameuse française à atteindre le million d'abonnés sur Twitch (TF1+, 2026). Elle est également active sur YouTube (où elle cumule plus de 1,42 million d'abonnés), Instagram, TikTok et X (Maghla, s.d).

Le 23 octobre 2023, elle lance le premier épisode de son podcast vidéo *Sip & Gossip*, où elle lit en présence d'une autre personnalité d'internet des histoires anecdotiques envoyées par sa communauté (Maghla, 2023). Ce podcast devient rapidement l'un de ses contenus phares et une version horreur/paranormal du concept, *Flippe & Go Sleep*, est lancée en novembre 2024 (Maghla, 2024). Face au succès de *Sip & Gossip*, Maghla annonce le 17 février 2026 sa première bande dessinée, imaginée avec un scénariste et des illustratrices pour adapter des histoires inspirées du podcast. La sortie de la BD est planifiée au 30 juin 2026 (Barb, 2026).

La communauté de Maghla est plus large, elle est issue du milieu du streaming plutôt que du lifestyle/beauté. Dans son cas, la nature du projet entrepreneurial est différente, il est question d'un produit dérivé collectif plutôt qu'une marque personnelle. Cette différence permet d'apporter un point de vue complémentaire à l'analyse et de dégager d'éventuelles similarités ou divergences dans les réactions communautaires.

5.4. Méthode d'analyse

5.4.1. Phase 1 : grille de codage binaire de premier niveau (pré-traitement)

Nous avons commencé par réaliser un traitement de codage binaire du corpus de commentaires. Ce traitement porte exclusivement sur les corpus de commentaires et non concernant les réponses au questionnaire ouvert. En opérant ainsi, cela nous permet de dégager une première vue d'ensemble des tendances présentes dans un matériau dont le contenu n'est pas encore balisé. Pour ce faire, nous avons choisi de réaliser une grille binaire pour coder les différents commentaires du corpus sur base de 7 critères distincts. Cette phase a pour but unique de structurer l'absence ou la présence des critères au sein des commentaires, et d'effectuer une première observation des thématiques prédominantes.

Nous avons choisi de nous concentrer uniquement sur les corpus de commentaires pour une raison particulière. En effet, contrairement aux commentaires, dont le contenu et l'orientation sont à priori inconnus puisqu'il s'agit de réactions spontanées et libres, les réponses au questionnaire sont directement guidées par les questions posées, dont les thématiques sont déjà définies. Un codage binaire exploratoire n'apporterait donc pas la même valeur ajoutée pour ce second corpus.

Ainsi, les critères de sélection ont été définis d'une part grâce à une lecture préalable des commentaires des corpus, et d'une autre part, à l'aide du cadre théorique établi dans ce mémoire.

Voici les 7 critères de sélection de la grille binaire :

- 1) **Perte d'authenticité perçue (OUI/NON)** : le commentaire exprime l'idée que l'influenceuse apparaît moins sincère, plus commerciale ou moins fidèle à son image habituelle.
- 2) **Contenu perçu comme trop promotionnel (OUI/NON)** : le commentaire critique une présence jugée excessive, ou du moins dérangeante, des contenus liés à la promotion des produits, services et/ou marque de l'influenceuse.
- 3) **Déception émotionnelle (OUI/NON)** : le commentaire montre une forme de déception, de tristesse ou de désillusion face à l'évolution de l'influenceuse, que ce soit par rapport à son identité et/ou son contenu.

- 4) **Soutien à l'influenceuse (OUI/NON)** : le commentaire exprime des encouragements, des félicitations, une forme de défense ou une appréciation des initiatives entrepreneuriales de l'influenceuse.
- 5) **Légitimation du projet commercial (OUI/NON)** : le commentaire évalue, selon l'appréciation personnelle de l'internaute, si le projet commercial issu de l'initiative entrepreneuriale de l'influenceuse est cohérent, mérité et/ou légitime.
- 6) **Changement de contenu perçu (OUI/NON)** : le commentaire évoque une perception de changement ou d'évolution du contenu proposé par l'influenceuse, que ce soit favorable ou défavorable.
- 7) **Désengagement de la communauté (OUI/NON)** : le commentaire exprime une prise de distance, une perte d'intérêt et/ou une volonté claire de ne plus suivre l'influenceuse.

Ces sept critères ont été construits à partir d'une double démarche. Premièrement, une lecture exploratoire des deux corpus de commentaires a permis de repérer les dimensions les plus récurrentes dans les discours des internautes. Par exemple, il peut s'agir de la tonalité générale des réactions (soutien, déception) ou de la nature des jugements portés sur le projet commercial (légitimité, cohérence). Deuxièmement, ces dimensions ont été confrontées et affinées à la lumière du cadre théorique mobilisé dans ce mémoire, notamment le concept de relation parasociale, afin de garantir que la grille reflète à la fois les spécificités du terrain et les apports de la littérature existante. Dans certains cas, l'application du codage binaire n'est pas possible pour plusieurs critères car le commentaire n'exploite pas le sujet, il sera alors inscrit NA (non applicable) au lieu de OUI ou NON.

Cette partie sur le codage binaire présente certaines limites. D'une part, ce système de codage réduit fortement la nuance et la complexité d'un commentaire à cause de cette logique de présence/absence. D'autre part, certaines indications plus implicites dans les propos des internautes qui n'expriment pas toujours leurs jugements de manière directe et peuvent de ce fait, être plus subjectives à retranscrire et éventuellement porter à l'interprétation.

Enfin, l'intensité critique d'un commentaire, qu'elle soit plus ou moins importante, n'est pas prise en compte dans ce type de codage. Bien que cette première phase nous permette d'obtenir une vue

d'ensemble des réactions présentes dans le corpus de commentaires, elle ne nous permet pas de saisir toute la nuance, la complexité et les significations des discours, comme évoqué ci-dessus. Ainsi, le codage binaire indique la présence ou absence de certaines dimensions dans les commentaires et ne permet ni de comprendre comment ces dimensions s'articulent entre elles dans un même discours, ni d'intégrer les données du questionnaire ouvert. C'est pour ces limites qu'il est important d'approfondir l'analyse en tenant compte de ces complications et d'identifier les différentes formes de jugements moraux mobilisés. Pour cela, nous allons appliquer une seconde phase d'analyse grâce à l'analyse thématique.

5.4.2. Phase 2 : analyse thématique

Pour dépasser les limites de cette première phase et en incorporant les données issues de notre second corpus, le questionnaire écrit ouvert, nous avons procédé à une analyse thématique réflexive s'inspirant de Braun et Clarke (2006). L'analyse thématique est définie comme telle par ces auteurs :

« L'analyse thématique est une méthode permettant d'identifier, d'analyser et de présenter des modèles (thèmes) au sein des données. Elle organise et décrit au minimum un ensemble de données de manière (très) détaillée. Cependant, elle va souvent plus loin et interprète divers aspects du sujet de recherche » (Braun & Clarke, 2006, traduit par Macq & Parotte, 2025, p.266).

Braun et Clarke considèrent l'analyse thématique comme une méthode fondamentale de l'analyse qualitative, fournissant des compétences cruciales pour mener à bien d'autres formes d'analyse (Macq & Parotte, 2025). Paillé et Mucchielli (2016) la considèrent comme une démarche visant à repérer les unités de sens présentes dans un corpus pour les regrouper en thèmes significatifs. Cette analyse thématique porte sur les données de nos deux corpus, permettant d'appliquer une triangulation des données dans le but d'étudier le même phénomène sous plusieurs points de vue. Dans cette recherche, l'analyse thématique s'inscrit dans une démarche abductive, caractérisée par des allers-retours entre le matériau empirique et le cadre théorique. Pour procéder à l'analyse

thématique, nous avons suivi la démarche en six étapes proposée par Braun et Clarke (2006), adaptée à notre cas d'étude :

- 1) **Familiarisation avec les données** : appropriation des données lors de la phase 1, puis lecture répétée des réponses au questionnaire ouvert afin d'identifier les premières récurrences.
- 2) **Génération des codes initiaux** : conservation des segments de texte pertinents par rapport à la question de recherche, associés à des codes descriptifs. Un même extrait pouvait recevoir plusieurs codes.
- 3) **Recherche des thèmes** : regroupement des codes présentant des significations proches en ensembles plus larges, menant à la construction de thèmes provisoires.
- 4) **Révision des thèmes** : vérification de la cohérence des thèmes avec la question de recherche et entre eux, permettant de les affiner, fusionner, distinguer ou supprimer.
- 5) **Définition et nomination des thèmes** : définition et interprétation finale de chaque thème en lien avec la question de recherche, les hypothèses et le cadre théorique.
- 6) **Rapport d'analyse** : cette étape renvoie à la partie 6.2 concernant le résultat de l'analyse thématique, p.51.

L'analyse thématique nous permet d'identifier les principaux thèmes récurrents exprimés à travers les discours des membres des communautés en ligne des influenceuses Andie Ella et Maghla. Cette phase apporte ce que le codage binaire ne permet pas, c'est-à-dire une structuration précise des sujets de conversation mobilisés par les internautes au sein des deux corpus de données. Toutefois, cette étape ne constitue pas elle-même l'aboutissement de l'analyse. En effet, si elle permet d'organiser les discours par sujet, elle ne permet pas encore de comprendre sur quels critères reposent les jugements moraux exprimés au sein de ces thèmes. Afin de répondre plus précisément à la question de recherche et nous concentrer davantage sur l'aspect des jugements moraux, nous engageons une troisième phase d'analyse.

5.4.3. Phase 3 : identification des ordres moraux

Lors de notre lecture de corpus et après avoir eu recours à de l'analyse thématique, nous avons repéré dans les messages et discours, une certaine dimension morale. Afin d'examiner les significations qui en découlent, nous allons lancer une troisième phase d'analyse. Nous nous sommes alors appuyés sur le travail de Haapoja et al. (2024) « *Moral orders of pleasing the algorithm* » qui porte sur les ordres moraux pour nous inspirer de leur démarche proposée. Dans leur article, les auteurs cherchent à aller au-delà de la simple identification de thèmes. En effet, ils proposent d'interpréter les discours et d'identifier les différents ordres moraux qui les structurent. Pour ce faire, les auteurs repèrent dans les discours des internautes sur Reddit les éléments qui jugent ce qui est acceptable, légitime ou au contraire, condamnable (Haapoja et al., 2024).

Il s'agit d'une démarche pertinente pour ce mémoire. En effet, ce qui nous importe, est d'analyser comment les jugements moraux sont formés et ce qui motive les internautes à critiquer, ou au contraire, approuver une action. Malgré une approche thématique intéressante, celle-ci ne permet pas d'approfondir les mécanismes par lesquels les jugements moraux se forment mais plutôt de structurer par thème les sujets de conversation en ligne. Concrètement, à partir des extraits associés aux thèmes identifiés lors de l'analyse thématique de la phase 2, nous procédons en trois étapes.

Dans un premier temps, chaque extrait mobilisé lors de l'analyse thématique (phase 2) est associé à une valeur ou une norme implicite, formulée sous une forme courte et généralisable. Par exemple, un commentaire reprochant à une influenceuse de ne pas avoir réalisé elle-même son projet est associé à la valeur « légitimité par la contribution matérielle », plutôt qu'à une description propre à cet extrait. Cette reformulation permet de rapprocher des extraits similaires, même lorsqu'ils proviennent de thèmes différents ou du corpus de l'autre influenceuse.

Dans un second temps, ces valeurs sont rassemblées dans un tableau de travail unique, indépendant de la structure thématique d'origine. Ce tableau permet de comparer les valeurs entre elles et de repérer les regroupements.

Dans un troisième temps, ces regroupements sont affinés : deux valeurs ne sont rapprochées que si elles évaluent le même aspect d'une situation et non parce qu'elles partagent un vocabulaire proche. Par exemple, deux valeurs portant sur le degré d'implication réelle de l'influenceuse dans son

projet sont regroupées même si l'une valorise cette implication tandis que l'autre la conteste. A l'inverse, deux valeurs proches en apparence mais reposant sur des critères de jugements différents ne sont pas regroupées.

Cette démarche permet de dégager des ordres moraux transversaux en partant des deux cas étudiés qui sont présentés dans la section 6.3 de ce mémoire. Chaque ordre moral présente sa propre définition et est illustré par des extraits représentatifs issus des corpus pour démontrer la logique de jugement au sein de celui-ci. Il importe de souligner que les ordres moraux construits ne reprennent pas ceux du travail analytique de Haapoja et al. (2024). Effectivement, ils sont élaborés à partir de nos propres données grâce à la démarche expliquée précédemment. Par ailleurs, cette troisième phase d'analyse repose sur un travail interprétatif de notre part dont certaines limites doivent être reconnues. De fait, un même thème ou extrait peut relever de plusieurs ordres moraux à la fois. Les ordres moraux ainsi dégagés visent avant tout à proposer une lecture possible des logiques de jugements présentes dans le corpus contrairement à une liste exhaustive de tous les jugements exprimés.

Partie 6 - Analyse des résultats

6.1. Résultats du codage binaire exploratoire

Les résultats de la phase 1 d'analyse qui concerne le codage binaire des corpus de commentaires sont présentés ci-dessous. Chaque corpus est examiné séparément, l'analyse compte au total 5 tableaux. Les tableaux sont composés des 7 critères présentés dans la méthodologie. Ensuite, pour chacun d'eux le nombre de commentaires OUI, NON et NA est établi et est suivi d'une lecture interprétative des tendances qui s'en dégagent. En conclusion, une synthèse comparative des résultats des deux influenceuses est proposée en fin de section.

6.1.1. Andie Ella

1) YouTube

A la lumière du tableau n°4 disponible en annexe¹¹, on remarque une majorité de réception favorable à l'égard du projet entrepreneurial de Andie Ella. On observe également que le soutien à l'influenceuse et la légitimation de son projet commercial ressortent largement parmi les dimensions présentes dans les critères. A l'inverse, les critères associés à une réception critique ou à tendance négative sont minoritaires. Effectivement, la perte d'authenticité perçue et le désengagement de la communauté ressortent peu. De plus, la dimension du contenu jugé trop promotionnel est rarement manifesté. La déception émotionnelle, bien que minoritaire, apparaît relativement plus présente que les autres critères critiques, il pourrait s'agir d'une partie de la communauté plus partagée face à l'évolution de l'influenceuse et de son contenu. Finalement, le changement de contenu perçu est quant à lui fréquemment relevé malgré qu'une partie des commentaires ne se prononcent pas sur cet aspect.

6.1.2. Maghla

¹¹ Voir Annexe 5, **Tableau 4**. Résultats du codage binaire du corpus de commentaires (YouTube) de Andie Ella (n=152), p.176.

1) YouTube

En examinant les informations du tableau n°5 disponible en annexe¹², on peut en tirer que le codage binaire appliqué au corpus de commentaires YouTube de Maghla révèle une réception plus nuancée que celle observée chez Andie Ella. Tout d'abord, la déception émotionnelle et le contenu perçu comme trop promotionnel sont présents dans une part de commentaires, ce qui accentue le contraste et les avis divergents au sein des internautes. En ce qui concerne le soutien à l'influenceuse, ainsi que la légitimation du projet commercial, les réactions sont certes présentes, mais loin d'être majoritaires, ce qui montre une communauté plutôt divisée. La perte d'authenticité perçue et le changement de contenu perçu affichent un nombre de commentaires NA assez élevés ce qui signifie que ces commentaires ne permettent pas d'évaluer ces critères. Enfin, la plateforme présente des discours plutôt nuancés sur l'influenceuse et son projet commercial.

2) Instagram

Selon les données issues du tableau n°6 disponible en annexe¹³, on peut en déduire que le corpus de commentaires Instagram de Maghla se distingue par des montants de NA particulièrement élevés pour plusieurs critères : perte d'authenticité perçue, changement de contenu perçu et le désengagement de la communauté. Malgré cela, les critères comme le soutien à l'influenceuse et la légitimation du projet commercial sont majoritairement favorables, tout comme la déception émotionnelle et le contenu perçu comme trop promotionnel. Globalement, le corpus de la plateforme constitue une tendance majoritairement voire totalement positive envers l'influenceuse et son projet commercial.

¹² Voir Annexe 5, **Tableau 5**. Résultats du codage binaire du corpus de commentaires (YouTube) de Maghla (n=130), p.176.

¹³ Voir Annexe 5, **Tableau 6**. Résultats du codage binaire du corpus de commentaires (Instagram) de Maghla (n=30), p.176.

3) X

En se basant sur le tableau n°7 disponible en annexe¹⁴, il est possible de conclure que le corpus de commentaires X de Maghla se distingue lui aussi, cette fois par sa dimension incontestablement plus critique. En effet, le soutien à l'influenceuse ainsi que la légitimation du projet sont des critères presque à l'unanimité défavorable. La déception émotionnelle quant à elle est un critère plutôt divisé de manière équitable, il y a presque autant de personnes déçues que de personnes qui sont enthousiastes. Certains critères sont en majorité de NA car ils ne permettent pas de déterminer l'intention du discours de manière précise. Globalement, la plateforme X partage des discours assez défavorables envers l'influenceuse et son projet entrepreneurial.

4) TikTok

Finalement concernant le tableau n°8 disponible en annexe¹⁵, on peut observer que ce dernier corpus des commentaires TikTok de Maghla, est le plus réduit en termes de taille. On remarque d'un premier coup d'œil qu'il s'agit du corpus le moins contrasté de tous. Effectivement, l'échantillon démontre une quasi-totalité sur chaque critère. Le soutien à l'influenceuse ainsi que la légitimation du projet commercial sont entièrement favorables tout comme le contenu n'est pas perçu comme trop promotionnel. On ne constate pas non plus de désengagement ni déception émotionnelle de la part de la communauté. La perte d'authenticité perçue et le changement de contenu perçu sont des critères totalement NA. Cette plateforme démontre une tendance entièrement favorable à l'influenceuse et son projet commercial.

6.1.3. Synthèse comparative

L'ensemble des corpus révèle des profils de réception différents selon l'influenceuse et selon la plateforme.

¹⁴ Voir Annexe 5, **Tableau 7**. Résultats du codage binaire du corpus de commentaires (X) de Maghla (n=30), p.177.

¹⁵ Voir Annexe 5, **Tableau 8**. Résultats du codage binaire du corpus de commentaires (TikTok) de Maghla (n=18), p.177.

D'une part, Andie Ella bénéficie d'un accueil globalement favorable sur la plateforme YouTube (seule plateforme analysée chez cette influenceuse). En effet, Andie Ella tire parti d'un soutien majoritaire ainsi qu'une légitimation de son projet entrepreneurial très présente parmi les commentaires du corpus.

D'autre part, les corpus de Maghla présentent des profils plus hétérogènes. Les discours issus des commentaires sur les plateformes Instagram et TikTok démontrent des formes majoritairement positives. En ce qui concerne YouTube, la plateforme montre que la communauté est plutôt divisée et les commentaires apportent une certaine nuance. La plateforme X quant à elle, présente un corpus d'une concentration critique avec peu d'éléments favorables à l'influenceuse et son projet commercial. On y retrouve notamment une déception émotionnelle particulièrement forte ainsi qu'un soutien très faible.

Enfin, ces différences selon les plateformes constituent en elles-mêmes un résultat significatif de cette phase de codage primaire. En effet, elles rappellent que les jugements exprimés par les internautes dépendent du contexte dans lesquels ils sont formulés (Lehalle et al., 2004) tout comme la plateforme utilisée influence la nature et la teneur des commentaires recueillis. Il s'agit de spécificités importantes à garder en tête, notamment dans les phases d'analyse suivantes.

6.2. Résultats de l'analyse thématique

À l'issue de plusieurs lectures ainsi qu'une étape préalable d'étiquetage¹⁶ plusieurs thèmes sont repérés dans les corpus des deux influenceuses. Afin d'illustrer ces thèmes, la partie qui suit comporte des verbatims, les citations des internautes, issus des corpus de Andie Ella et Maghla.

6.2.1. Andie Ella

Thème 1 : Valorisation du projet entrepreneurial et de la marque

¹⁶ Voir Annexe 3, Corpus étiqueté pour l'analyse thématique, p.133.

Un des thèmes récurrents observé est la valorisation du projet entrepreneurial et de la marque. Les internautes expriment en commentaires ou en réponse au questionnaire, une grande perception positive de la création de la marque *Milia Matcha*. En effet, les membres de sa communauté considèrent que le projet est cohérent et en lien avec son parcours. L'entrepreneuriat apparaît ainsi comme une dimension appréciée de l'identité numérique de l'influenceuse, car cela suscite de la curiosité, de l'admiration et un engagement de la part d'une partie de sa communauté.

Cette adhésion se manifeste tout d'abord par un intérêt pour les coulisses du projet autour de la marque. Certains internautes expliquent apprécier les contenus consacrés à la création de la marque, le processus de développement et la nouvelle vie de cheffe d'entreprise de l'influenceuse. Certains encore, souhaiteraient davantage de contenu sur cette thématique. Un participant au questionnaire affirme : « *Je trouve que son contenu est beaucoup plus tourné vers le business et le Japon, ce qui correspond à 100% à l'univers de sa marque de matcha (...), j'adore regarder son contenu là-dessus, je trouve ça passionnant.* » Dans la même perspective, un commentaire laissé par un internaute indique : « *Je suis en train de créer ma société et ça me fait trop du bien de voir tes vidéos sur ton expérience entrepreneuriale ! Ça pourrait être super intéressant que tu nous expliques les différentes étapes que tu as dû traverser pour créer ta boîte (...).* »

Ces discours montrent que l'activité entrepreneuriale n'est pas uniquement un produit à promouvoir mais devient elle-même un type de contenu valorisé. Les internautes expriment un intérêt pour le processus de création, les coulisses du projet ainsi que les difficultés rencontrées et l'organisation quotidienne de l'influenceuse. L'expérience entrepreneuriale de l'influenceuse apparaît comme un objet d'apprentissage et d'inspiration pour les membres de sa communauté, notamment pour celles et ceux débutant également dans un business.

Par ailleurs, les internautes valorisent aussi la réussite concrète du projet, un commentaire souligne : « *C'est un merveilleux projet (...). Finalement, ton audience t'ouvre des portes, te permet d'avoir une voix (...).* » Cette perception est accentuée par l'idée que la communauté a elle-même contribué indirectement à cette réussite et le projet en général : « *(...) le fait que toute la communauté a elle-même participé, même indirectement, est quelque chose de magique.* » D'autres commentaires témoignent de ce même enthousiasme : « *Franchement, je trouve que l'ère Milia Matcha est juste*

parfaite (...) tu as réussi un truc !! » ou encore « Tu pourrais nous parler de Milia Matcha dans toutes tes futures vidéos, personne ne serait saoulé (...), j'ai hâte de voir la suite de ce beau projet. »

Les extraits suggèrent que le lancement de la marque est perçu comme une suite légitime de la carrière de l'influenceuse. Loin d'être considérée comme uniquement une démarche commerciale, le projet entrepreneurial est interprété comme l'aboutissement d'un parcours suivi et soutenu par une partie de la communauté : *« (...) elle a toujours consommé du matcha et elle a toujours parlé des bienfaits avant de lancer sa marque donc ce n'est pas surprenant qu'elle décide de lancer sa marque de matcha. »* Certains internautes expriment même le sentiment d'avoir contribué par leur fidélité et leur soutien, au développement de ce projet. La réussite entrepreneuriale apparaît ainsi comme le résultat d'une relation construite au fil du temps entre l'influenceuse et son audience, ce qui renforce ce sentiment de légitimité accordé au projet entrepreneurial.

Thème 2 : Reconnaissance du mérite, de l'effort et du travail fourni

Au sein de la communauté d'Andie Ella, la réussite entrepreneuriale est admirée et valorisée lorsqu'elle est perçue comme le fruit d'un effort constant et visible, combiné à une humilité face au succès. Les internautes soulignent avec adoration la capacité de l'influenceuse à mener de front la création et la gestion de sa marque, tout en maintenant un rythme soutenu de publication de contenus sur YouTube. En ce sens, cette consistance de publications est perçue comme signe d'engagement remarquable de l'influenceuse envers sa communauté. Un internaute illustre bien cela : *« Malgré le temps que lui prend son entreprise, elle continue de penser à sa communauté en postant 2 vidéos par semaine (...). Je ne connais pas beaucoup d'influenceur autant engagé qu'elle »*. Cette reconnaissance du mérite est d'autant plus marquée par la jeunesse de l'influenceuse : *« Tu travailles tellement, c'est impressionnant, une vraie boss à seulement 22 ans. »* L'âge apparaît ici comme un amplificateur moral : réussir jeune et avec autant d'investissement renforce la légitimité accordée à sa situation.

Cependant, le travail seul ne suffit pas à fonder cette admiration. Les internautes valorisent également la façon dont Andie Ella assume sa réussite avec simplicité. Un répondant au questionnaire note qu'elle a *« monté son entreprise et l'assume sans s'en vanter non plus »*,

suggérant que l'humilité face au succès constitue une condition implicite de la légitimité morale accordée à l'influenceuse. Cette thématique révèle ainsi qu'au sein de la communauté d'Andie Ella, le jugement moral ne porte pas uniquement sur ce qu'elle accomplit, mais aussi sur la manière dont elle l'accomplit. En effet, selon les internautes on peut en tirer que le mérite est reconnu lorsqu'il s'accompagne d'une constance dans l'effort et d'une modestie dans la réussite.

Thème 3 : Authenticité et proximité comme valeurs centrales d'évaluation

L'authenticité constitue la valeur la plus fréquemment mobilisée par la communauté d'Andie Ella pour évaluer et légitimer son contenu et son projet commercial. Elle ne se réduit pas à un qualificatif positif mais fonctionne comme un véritable critère moral à partir duquel les internautes jugent la valeur de l'influenceuse et de ce qu'elle produit. Un internaute résume cette attente : *« que ce soit vrai, authentique et fluide, pas des grosses prod où on dirait des films, (...) je suis pas fan et du coup j'adore ta chaîne peu importe ce que tu postes »*. Ce verbatim est significatif : l'authenticité s'oppose ici à une forme de production trop travaillée ou artificielle, suggérant que dans la vision de cette communauté, la valeur d'un contenu repose plutôt sur sa spontanéité et sa sincérité tandis que sa qualité technique.

Cette authenticité est étroitement liée à une forme de proximité affective entre l'influenceuse et sa communauté. Les internautes valorisent le fait qu'Andie Ella « parle comme à des copines », créant ainsi un sentiment d'intimité et d'accessibilité qui renforce le lien avec son audience : *« Tu dégages une authenticité et une sympathie de fou furieux. Tu nous parles comme à des copines, j'adore trop ! »* D'autres internautes expriment la même idée, soulignant que c'est précisément cette proximité qui les fidélise, indépendamment du sujet des vidéos.

Enfin, l'authenticité est perçue comme une qualité intrinsèque qui « se ressent » plutôt que se construit : *« Ton contenu se démarque vraiment parce qu'il est sincère, inspirant et profondément authentique. Tu fais les choses avec passion, et ça se ressent. »* Ce thème révèle que l'authenticité fonctionne dans sa communauté comme un standard moral implicite. C'est à cette condition que l'influenceuse est considérée comme légitime et lui permet des retours aussi positifs.

Thème 4 : Perception d'une perte d'authenticité et d'un changement d'identité

Si l'authenticité constitue la valeur centrale à partir de laquelle la communauté d'Andie Ella évalue positivement l'influenceuse, elle devient également le principal critère à partir duquel certains internautes forment leurs critiques. En effet, une partie de la communauté exprime le sentiment que Andie Ella a perdu cette authenticité depuis le lancement de sa marque, percevant un glissement progressif vers une image plus contrôlée et moins spontanée. Un internaute résume cette perception : *« Je trouve qu'on l'a perdue ces derniers temps. À l'époque elle avait l'air beaucoup plus authentique qu'elle maintenant. Son image est hyper contrôlée et bien moins spontanée qu'avant. »*

Cette perte d'authenticité perçue est souvent associée à un changement d'identité plus profond. Certains internautes ont l'impression que l'influenceuse ne fait plus la distinction entre son identité d'entrepreneuse et sa personnalité de YouTubeuse, ce qui crée une forme de malaise : *« J'ai l'impression que tu ne fais pas la part entre la Andie de YouTube et la Andie entrepreneuse. »* Ce commentaire est assez évocateur, il suggère que dans la logique de la communauté, une influenceuse authentique doit maintenir une séparation claire entre sa vie personnelle et son activité commerciale. Le franchissement de cette frontière constitue une forme de trahison implicite envers la communauté.

Enfin, certains jugements vont plus loin en pointant un changement de personnalité perçue. Notamment une perte de modestie, assez paradoxal car certains internautes la perçoivent encore comme humble : *« T'es en train de devenir une pick me, dommage. »* Ce type de commentaire, bien que minoritaire, illustre la sévérité avec laquelle certains internautes sanctionnent moralement ce qu'ils perçoivent comme une dérive de l'identité originelle de l'influenceuse. Ainsi, ce thème démontre que l'authenticité fonctionne dans cette communauté comme une norme contraignante. C'est-à-dire qu'une fois établie comme valeur centrale, toute déviation perçue est susceptible d'engendrer un jugement moral négatif important.

Thème 5 : Saturation du contenu lié à la marque et rejet de la dimension promotionnelle

Si le projet commercial enchante une majorité de la communauté, certains internautes expriment néanmoins une forme de lassitude par rapport à l'importance qu'occupe désormais *Milia Matcha* dans ses contenus. Les critiques ne visent pas directement la création de la marque, mais plutôt la fréquence avec laquelle celle-ci est intégrée dans les sujets de vidéos. Pour certains, l'activité entrepreneuriale est devenue trop centrale, au détriment de la diversité des contenus qui caractérisait auparavant la chaîne. Un participant au questionnaire explique : « *Je la trouvais tellement chouette au début (...), c'est axé trop business (...), avec le lancement de sa marque elle met du focus là-dessus.* » L'idée exprimée est que la dimension entrepreneuriale est devenue trop centrale dans sa ligne éditoriale.

Il s'agit d'une perception également associée à une transformation de l'identité numérique de l'influenceuse. Plusieurs internautes ont le sentiment que son activité entrepreneuriale occupe maintenant une place si importante qu'elle définit l'ensemble de son image publique. L'un des internautes résume cette impression en affirmant : « *Suite à sa marque, c'est devenu toute sa personnalité (...). Plus très proche, beaucoup moins de partage quotidien.* » Une autre personne quant à elle, ironise face à la saturation de contenus autour de la marque : « *Relance ta chaîne Milia Matcha à ce stade, ça tourne que sur ça maintenant, c'est plus comme avant.* » Ces commentaires démontrent que certains internautes attendent une distinction davantage importante entre, d'une part, les contenus consacrés à la marque. Et d'autre part, ceux relevant de son partage quotidien, ou encore des contenus dans le même style que ceux proposés avant le projet entrepreneurial.

Finalement, plusieurs commentaires témoignent d'une nostalgie des anciens contenus, jugés variés et spontanés. Un internaute explique que « *maintenant n'avoir quasi que du contenu autour de ça me donne moins envie de suivre toutes tes vidéos. Avant ta vie tournait autour d'autres choses, des choses plus simples, plus variées.* » Dans le même sens, un autre estime avoir « *du mal à trouver une âme dans ses vidéos* ». Ces discours suggèrent que la présence répétée de sa marque *Milia Matcha* est perçue comme une évolution susceptible d'altérer la spontanéité des contenus, et par conséquent le sentiment de proximité qui spécifiait auparavant la relation entre l'influenceuse et sa communauté. De ce fait, le jugement moral ne concerne pas l'entrepreneuriat lui-même, mais la place qu'occupe celui-ci dans l'identité numérique de l'influenceuse.

Thème 6 : Soutien communautaire et défense de l'influenceuse

Si les contenus d'Andie Ella font l'objet de critiques, il existe un important mouvement de soutien visant à défendre l'influenceuse et à légitimer ses choix entrepreneuriaux. Ce soutien ne se limite pas à des marques d'appréciation, mais s'inscrit dans une logique de justification morale. Les membres de la communauté cherchent à contrer les critiques perçues comme injustes ou excessives.

Cette dynamique de défense repose sur une exclusion des critiques, souvent interprétées comme relevant de la jalousie ou d'une incompréhension du travail fourni. Un internaute affirme ainsi que *« la plupart ne supporte juste pas de te voir réussir ce que j'appelle des jaloux ! »*, traduisant une relecture des commentaires négatifs comme des attaques motivées par des intentions moralement dévalorisantes. Dans cette perspective, la critique perd sa légitimité argumentative pour être ramenée à une forme d'hostilité personnelle.

Par ailleurs, de nombreux commentaires insistent par rapport à l'ampleur du travail fourni par l'influenceuse afin d'établir une image positive. Un internaute se dit *« étonnée par les commentaires négatifs »* et invite les autres internautes à être *« fiers d'elle et de tout son chemin parcouru qui est exemplaire »*, en rappelant que *« la création d'une marque/entreprise prend ÉNORMÉMENT de temps. »* Ces éléments participent à contextualiser les choix d'Andie Ella dans une logique de travail intensif, visant à justifier l'évolution de son contenu.

Enfin, le soutien communautaire s'exprime également à travers la mise en avant de son engagement envers sa communauté, perçu comme une preuve de réciprocité et de légitimité. Certains internautes soulignent ainsi : *« QUI offre 3 voyages au Japon pour 2 personnes ? »*, afin de valoriser concrètement les actions réalisées pour les abonnés. D'autres encouragent à accepter les changements de contenu en affirmant que *« les gens se plaignent constamment »* et que *« ceux qui te soutiennent vraiment comprennent »*, construisant ainsi une norme implicite de loyauté et d'acceptation.

Ce thème met en évidence le rôle actif de la communauté dans la construction et la protection de la légitimité morale de l'influenceuse. Le soutien exprimé ne se limite pas à une approbation passive, mais participe à encadrer les critiques, à les hiérarchiser et parfois à les invalider.

6.2.2. Maghla

Thème 1 : Reconnaissance et valorisation du projet commercial

Si le projet commercial de Maghla suscite certaines critiques, il fait également l'objet d'une reconnaissance de la part de sa communauté. Cette reconnaissance ne se limite pas à une simple approbation, mais s'appuie sur des critères précis qui permettent de justifier moralement la valeur du projet et l'investissement supposé.

La valorisation repose tout d'abord sur la mise en avant du soin apporté à la réalisation du projet, perçu comme une preuve d'engagement authentique plutôt qu'une simple recherche de profit. Un internaute souligne ainsi que Maghla « *a voulu bien faire les choses avec des illustratrices de qualité et du personnel compétent* » alors qu'elle aurait pu, toujours selon la communauté, « *bâcler le projet.* » Ce qui traduit une lecture du travail fourni comme un choix moralement valorisable, en opposition à une option plus simple mais moins exigeante.

Toutefois, plusieurs commentaires déplacent la question vers l'origine du concept. Un internaute affirme « *se ficher que ce ne soit pas ses histoires ou ses dessins (...) c'est son idée de concept* », ce qui construit une conception de la créativité fondée sur l'intention et l'initiative plutôt que sur la réalisation matérielle.

Enfin, la reconnaissance du projet s'articule également à une relation de fidélité inscrite dans la durée, ce qui vient renforcer la légitimité de procéder à l'achat. Un abonné s'exprime concernant le suivi de l'influenceuse : « *depuis tellement d'années (...) tellement accompagné-e dans la vie de tous les jours* » au point de ne « *pouvoir résister à se faire plaisir.* » Par cet extrait, on montre que la reconnaissance du projet s'inscrit dans une histoire relationnelle de long terme plutôt qu'une évaluation ponctuelle du projet commercial.

En conclusion, il ressort un premier registre de jugement moral favorable. Celui-ci est fondé sur l'authenticité de l'effort fourni, la légitimité de l'idée plutôt que l'exécution technique et la reconnaissance d'un lien de confiance construit dans la durée entre l'influenceuse et sa communauté.

Thème 2 : Contestation de la légitimité de l'influenceuse concernant son implication dans le projet

Le projet commercial de Maghla suscite de la contestation à propos de la nature et du degré d'implication de l'influenceuse dans sa réalisation. Cette contestation ne remet pas en cause le projet bande dessinée en tant que tel, mais interroge la légitimité de Maghla à s'en revendiquer propriétaire. Un premier argument avancé est l'absence de contribution concrète quant à la réalisation matérielle du projet, que ce soit à l'écriture du scénario, le dessin ou la conception de l'objet. Un internaute déclare sans détour : *« tu ne fais RIEN à part mettre ton nom, les dessins ne sont pas de toi, les histoires non plus, en quoi c'est ta BD ? »*. Cette prise de position construit une conception de la légitimité créative fondée sur l'exécution technique du matériel, en opposition avec celle évoquée dans le précédent thème, où la conception de l'idée seule suffisait à justifier l'origine du projet.

Un second argument retrouvé dans plusieurs commentaires déplace cette contestation vers un aspect économique, en interprétant l'absence de contribution comme une forme d'appropriation du travail d'autrui à des fins lucratives. Un internaute résume ainsi : *« le projet de sa vie, c'est récupérer un pourcentage sur le taf des autres sans avoir rien fait dessus »*. D'autres commentaires partagent ce sentiment : *« ça paraît facile comme démarche de s'inspirer des histoires qui sont envoyées for free »*, alors que le projet est présenté comme lui appartenant. Ces prises de position construisent une lecture du projet comme une forme d'exploitation. Selon eux, la valeur ajoutée de l'influenceuse serait nulle compte tenu des gains qu'elle en retire, notamment sur le travail non rémunéré des abonnés qui rédigent et envoient les anecdotes reprises dans la BD.

Le dernier argument de cette contestation s'inscrit aussi dans une logique comparative avec d'autres projets similaires menés auparavant par d'autres YouTubeurs. Un internaute développe

une analyse détaillée de la situation : *« c'est le même éditeur que la BD de Squeezie, est ce que l'idée vient réellement de toi ou de ton agent ? Il y a déjà eu plein de projets BD venant de YouTubeurs à l'ancienne, comme la BD Joueur du Grenier, et aujourd'hui ils disent tous avoir fait ça pour l'argent à une époque où YouTube ne payait pas assez. »* Cette mise en contexte consolide la contestation en la détachant du cas individuel de Maghla pour l'inscrire dans une critique plus générale des pratiques entrepreneuriales des influenceurs.

Ce thème met ainsi en évidence un registre de jugement moral défavorable, fondé sur l'absence de contribution créative réelle, d'appropriation du travail d'autrui et d'une implication dans une tendance générale jugée opportuniste.

Thème 3 : Dénonciation de capitalisme et trahison des valeurs

Il s'agit des prises de position de certains internautes qui interprètent le projet commercial comme une trahison des valeurs incarnées par l'influenceuse, tout en l'associant à une recherche de profit.

Cette dénonciation est basée sur le sentiment d'une rupture avec l'image de Maghla construite lors de la période avant le début du projet. Un internaute, se présentant comme un abonné de longue date, exprime être *« terriblement triste de voir la tournure des choses (...) ce projet vient écraser complètement les valeurs [que Maghla défendait jusque-là]. »* La légitimité de la critique s'appuie ici sur l'ancienneté du lien avec l'influenceuse, qui autorise à mesurer l'écart entre les valeurs passées et pratiques actuelles.

Aussi, certains commentaires accusent explicitement l'influenceuse de capitaliser de la contribution gratuite de ses abonnés. Un internaute résume : *« elle a juste utilisé les histoires de ses abonnés pour faire de la thune dessus »*. Un autre internaute ajoute qu'elle *« fait payer pour des histoires qui ne sont pas les siennes pour capitaliser sur la hype »*. Ces prises de position traduisent une norme implicite selon laquelle la valorisation commerciale d'un contenu collectif devrait bénéficier à ceux qui l'ont produit et non à l'influenceuse seule.

Cette dénonciation se démontre de nouveau par une supposition réalisée par un internaute : « *on raconte nos histoires et elle nous les revend, c'est ça ?* », ce qui exprime une accusation directe de revente d'un bien ou d'un service qui n'appartient pas à l'influenceuse.

Pour conclure, ce thème met en évidence un jugement moral sévère, où le projet commercial est perçu non seulement comme illégitime, mais aussi comme une trahison des valeurs de gratuité et de réciprocité. Des valeurs qui, fondaient jusque-là la relation entre l'influenceuse et sa communauté.

Thème 4 : Soutien communautaire et défense de l'influenceuse

Face aux critiques à propos de la légitimité du projet, une partie de la communauté adopte une posture défensive en faveur de l'influenceuse.

Un argument en sa faveur est celui selon lequel Maghla a contribué au projet par sa réécriture. Une internaute précise : elle « *a travaillé sur la réécriture directement avec un auteur et a même entièrement écrit une des histoires* », tandis qu'un autre commentaire affirme qu'elle « *a mis de l'argent et du temps pour commercialiser les histoires des abonnés* ». Ces prises de position contraires déplacent le critère de légitimité de l'exécution artistique vers l'investissement personnel, financier et organisationnel.

Cet argument d'absence d'implication créative peut aussi être présenté comme une qualité plutôt qu'un défaut. Ainsi, un internaute souligne : « *(...) critique la bande dessinée qui est faite par des artistes (...) [alors que cela garantit] une bande dessinée qualitative avec son propre style* ». Un autre répondant au questionnaire développe davantage cet argument, en imaginant une alternative où l'influenceuse aurait pu utiliser l'intelligence artificielle si elle avait voulu réaliser le projet seule et qui « *aurait aussi fait scandale* ». Ces perspectives de travail démontrent que le recours à des professionnels paraît comme la solution la plus respectueuse tant au niveau artistique qu'envers la communauté.

Thème 5 : Dénonciation d'une hypocrisie entre discours engagé et pratique commerciale

La dénonciation mentionnée dans ce thème s'appuie sur l'idée que l'engagement politique de l'influenceuse serait sélectif et activé seulement lorsqu'il est rentable. Un internaute a formulé cet argument ainsi : « *être de gauche quand ça rapporte des viewers mais être un véritable boutiquier quand il s'agit de les tondre et de faire du fric. Bien vu l'ultra capitalisme* ». Ce commentaire suggère que l'engagement politique de Maghla ne serait qu'une image, et non une conviction réelle.

Cette même dynamique est reprise de manière encore plus concrète par un autre commentaire qui associe directement le positionnement politique de l'influenceuse au contenu du produit vendu : « *être de gauche et nous pondre une BD avec 6 biscuits, du thé, un marque-page et des stickers pour 100 balles. Anticapitaliste mais pas quand ça me concerne* ». L'ironie utilisée ici rend l'incohérence plus visible, en s'appuyant sur le prix du produit comme preuve de dénonciation.

Cette cinquième thématique permet de mettre en évidence un registre de jugement moral. Celui-ci n'est pas fondé sur l'absence de contribution ou de trahison d'un lien affectif, mais sur une exigence de cohérence entre les valeurs revendiquées publiquement par l'influenceuse et ses pratiques commerciales réelles.

Thème 6 : Questionnement autour de l'éthique du projet

Le consentement des rédacteurs des anecdotes se trouvant dans la BD peut être remis en question. Un internaute demande si « *les personnes qui ont raconté leurs histoires ont donné leur accord pour que ça soit commercialisé* », un autre commentaire approfondit la question en demandant si « *une part des bénéfices de la BD va leur être versée (...) informés avec un accord explicite de leurs parts* ». Ces extraits ne rejettent pas le projet, mais questionnent si l'utilisation des histoires est suffisamment cadrée.

On peut également questionner la reconnaissance des artistes qui ont travaillé sur le projet. Un internaute se dit ainsi « *dégouté pour les vrais artistes qui dessinent H24 sans succès* », ce qui exprime moins une critique sur leur rémunération mais plutôt un sentiment d'injustice face à leur invisibilité. Partant de ce postulat, l'influenceuse profite d'une reconnaissance immédiate de par sa notoriété, alors que des dessinateurs professionnels restent souvent dans l'ombre.

Ce thème permet de faire émerger des questionnements entendables au vu des éléments dont on dispose concernant les conditions dans lesquelles le projet a été réalisé. Notamment vis-à-vis de l'accord des personnes concernées, leur rémunération ainsi que la reconnaissance du travail des artistes.

6.3. Résultats de l'analyse sur les identifications des ordres moraux

En nous appuyant sur l'analyse thématique réalisée en phase 2, cette troisième et dernière phase vise à dépasser la structuration par sujet de conversation pour interroger les logiques de jugements moraux qui se trouvent au sein des discours des deux corpus. En suivant la démarche présentée lors de la méthodologie, nous avons identifié, pour chaque verbatim utilisé, la valeur ou la norme implicite sur laquelle repose le jugement porté¹⁷. Le rapprochement de ces valeurs nous a permis de dégager quatre ordres moraux transversaux à nos deux cas d'étude. Ces ordres moraux ne se limitent pas à catégoriser les propos récoltés, mais à mettre en évidence les critères sur lesquels se fondent, selon les internautes, la respectabilité ou la condamnation des initiatives entrepreneuriales des influenceuses Andie Ella et Maghla.

6.3.1. Premier ordre moral

Ordre moral du mérite et de la légitimité par la contribution

Cet ordre moral repose sur l'évaluation de l'agentivité réelle de l'influenceuse dans la réalisation de son projet entrepreneurial. Ce qui est jugé n'est pas le projet en tant que tel, mais le degré d'implication personnelle qui permettrait, ou non, à l'influenceuse d'en revendiquer légitimement la paternité et le crédit.

Concernant la reconnaissance, plusieurs commentaires reconnaissent et valorisent l'investissement des influenceuses dans les deux cas étudiés. D'une part pour Andie Ella, un internaute salue directement le résultat obtenu : « *les vidéos sont bien organisées, le matcha est incroyable, tu as réussi un truc* », tandis qu'un autre associe explicitement la réussite au mérite personnel : « *ça fait*

¹⁷ Voir Annexe 4, Tableau d'identification des ordres moraux, p170.

partie de ta vie maintenant (...) tu mérites absolument toute cette réussite ». Un troisième commentaire insiste sur l'ampleur de l'effort fourni : *« tu travailles tellement, c'est impressionnant, une vraie boss à seulement 22 ans »*. D'autre part, pour Maghla, un internaute honore de la même manière le fait qu'elle *« a voulu bien faire les choses (...) alors qu'elle aurait pu bâcler le projet »*, ce qui construit une image de choix moralement valorisable, fondé sur l'exigence plutôt que la facilité. Un autre commentaire mentionne également le critère de l'initiative : *« je me fiche que ce ne soit pas tes histoires ou tes dessins (...) c'est ton idée de concept »*. Cette prise de position illustre la logique de cet ordre moral : la contribution peut être reconnue de différentes manières, que ce soit créative, organisationnelle ou créative par exemple, et non uniquement par l'exécution technique.

En ce qui concerne les contestations, ce même critère de l'initiative est utilisé pour disqualifier l'influenceuse lorsque son implication est jugée insuffisante. Cette contestation concerne seulement l'influenceuse Maghla au sein de nos deux corpus. Plusieurs commentaires affirment sans détour qu'elle *« ne fait rien à part mettre son nom »*, et interrogent directement sur sa contribution : *« tu fais quoi au juste dans la BD ? On peut vraiment la considérer de toi ? »*. Un autre commentaire souligne l'aspect pécunier en faveur de l'influenceuse, selon l'internaute, le projet consisterait à *« récupérer un pourcentage sur le travail des autres sans avoir rien fait dessus »*.

L'absence de contestation équivalente chez Andie Ella s'explique par la nature différente des deux projets. Maghla externalise la création artistique de sa bande dessinée à des professionnels tout en conservant son nom sur le produit final. Tandis que Andie Ella présente ce projet comme faisant partie de son propre parcours entrepreneurial, ce qui laisse moins de place à une remise en cause de son agentivité.

Cet ordre moral illustre dès lors comment un critère identique, pour rappel le degré d'implication réelle dans le projet, peut fonder la reconnaissance ou la contestation de la légitimité d'une influenceuse et ce, selon la manière dont son agentivité est perçue et décrite par les internautes. De plus, il relève que la nature du projet entrepreneurial peut influencer la probabilité que ce critère soit mobilisé de manière critique.

6.3.2. Second ordre moral

Ordre moral de la cohérence identitaire

Ce second ordre moral s'articule autour de deux principes. D'une part, le principe de l'adéquation perçue entre l'image que l'influenceuse a construite, d'autre part le comportement actuel de l'influenceuse.

Il ne s'agit plus ici d'évaluer la contribution de l'influenceuse au projet, mais d'apprécier si ce projet s'inscrit dans le prolongement de ce que l'influenceuse représente aux yeux de sa communauté, ou bien, s'il en constitue une rupture.

Lorsque cette continuité entre l'influenceuse et son produit est perçue, celle-ci devient un puissant levier de légitimation. Chez Andie Ella, un internaute réalise un rapprochement entre sa marque et une pratique antérieure de l'influenceuse : « *elle a toujours consommé du matcha (...) c'est pas surprenant qu'elle lance sa marque* », inscrivant le projet dans une trajectoire cohérente plutôt que dans un élan d'opportunisme. On retrouve une dynamique similaire chez Maghla, où plusieurs commentaires présentent son projet comme « *la continuité d'un projet YouTube (...) depuis des années* » : la BD est ici envisagée comme l'aboutissement logique d'un concept déjà établi, et non comme une initiative étrangère à sa ligne éditoriale.

À l'inverse, dès que cette cohérence peut être remise en question, cela peut provoquer des opinions qui ne sont pas en faveur de l'influenceuse. Pour Andie Ella, certains commentaires désignent une transformation regrettée : « *on l'a perdu (...) son image est hyper contrôlée et bien moins spontanée qu'avant* », tandis que d'autres internautes dénoncent l'omniprésence de l'aspect auto-promotionnel dans les contenus : « *son contenu se rapporte beaucoup à sa marque, ce que je trouve lassant* ». Un commentaire soulève cette tension entre l'identité créative d'origine et le rôle entrepreneurial qui vient s'ajouter : « *tu ne fais pas la part entre la Andie de YouTube et la Andie entrepreneuse* ». En ce qui concerne Maghla, la remise en question emprunte davantage un registre idéologique. Certains membres de sa communauté dénoncent son orientation politique : « *être de gauche quand ça rapporte des viewers (...) anticapitaliste mais pas quand ça me concerne* ». Les

internauts ne visent pas seulement une rupture avec un contenu passé, mais également une contraction entre un discours engagé revendiqué et une pratique commerciale jugée incompatible avec celui-ci.

Ces exemples ont permis de démontrer que la cohérence identitaire peut agir comme un capital de confiance accumulé au fil du temps. Intacte, cette cohérence conforte la légitimité du virage entrepreneurial. Au contraire si elle est fragilisée, celle-ci devient le point d'ancrage principal de la critique qu'elle porte sur la continuité du contenu proposé ou sur la fidélité des valeurs affichées.

6.3.3. Troisième ordre moral

Ordre moral de la responsabilité relationnelle envers la communauté

Cet ordre moral concerne la dimension affective de la relation entre l'influenceuse et son public. Au-delà de la question du mérite de l'influenceuse ou de la cohérence avec sa personne, il s'agit avant tout de la qualité du lien entretenu par l'influenceuse avec la communauté.

Certains commentaires saluent une proximité avec le public jugée préservée, voire renforcée par le succès de sa marque. Du côté de Andie Ella, un internaute met en avant sa générosité envers ses abonnés, rappelant qu'elle continue de penser à sa communauté. Par exemple, en postant régulièrement du contenu et en « *offrant 3 voyages au Japon* », malgré le temps que lui prend son entreprise. Un autre commentaire applaudit la loyauté de l'influenceuse et son écoute : « *vous êtes tellement courageux (...) ceux qui te soutiennent vraiment comprennent* », ce qui construit une image de réciprocité entretenue avec son public, où le succès ne se fait pas au détriment de l'attention portée à sa communauté.

A l'inverse, certaines prises de position dénoncent le relâchement de ce lien relationnel. Chez Andie Ella, un internaute reproche un manque de simplicité par rapport à la manière que peut avoir l'influenceuse de s'exprimer. Notamment, vis à vis de cadeaux qu'elle offre elle-même à d'autres influenceurs, estimant que « *ce n'est pas très modeste et humble* ». Chez Maghla, cette critique de la rupture peut prendre une forme plus radicale. Il s'agit de la réciprocité entre l'influenceuse et

son public qui est remise en question. Un internaute résume, non sans amertume, « *on raconte nos histoires et elle nous les revend, c'est ça ?* », tandis qu'un autre accuse directement l'influenceuse d'avoir « *utilisé les histoires de ses abonnés pour faire de la thune dessus* ». Ce commentaire ne vise pas tant l'absence de contribution matérielle (voir ordre moral 1), mais le sentiment que la relation de confiance construite avec la communauté a été instrumentalisée à des fins commerciales.

En somme, ce troisième ordre moral démontre que la légitimité d'une initiative entrepreneuriale ne se joue pas uniquement sur le terrain du mérite ou de la cohérence, mais porte également sur l'attention portée par l'influenceuse envers sa communauté. Il ressort que pour les internautes, rester proche et généreux malgré le succès entretient le respect. Tandis qu'un sentiment d'éloignement ou d'instrumentalisation du lien peut orienter le jugement du public vers la méfiance, voire le ressentiment.

6.3.4. Quatrième ordre moral

Ordre moral de la justice distributive et de l'équité envers les contributeurs

Le dernier ordre moral relevé porte sur la dimension procédurale et distributive des projets entrepreneuriaux outre du lien affectif avec la communauté (voir ordre moral 3). Il s'agit d'évaluer si les contributions concrètes apportées par les abonnés sont reconnues et rétribuées de manière juste, et si leur usage repose sur un consentement éclairé.

Ce questionnement concerne essentiellement le cas de Maghla, où l'utilisation des récits des abonnés dans un cadre commercial soulève plusieurs interrogations. Un internaute s'interroge ainsi ouvertement sur la légitimité du procédé : « *il serait donc juste d'avoir le consentement des rédacteurs* ». Tandis qu'un autre pousse la réflexion plus loin en questionnant la rétribution monétaire : « *une part des bénéfices va leur être versée ? Ont-ils été informés ?* ». Ces prises de position ne rejettent pas le projet dans son ensemble. Elles pointent plutôt une demande de transparence et d'équité concernant la façon dont les contributions de la communauté (histoires) sont valorisées commercialement.

Cette préoccupation pour la justice distributive prend place également dans la reconnaissance du travail des professionnels associés au projet. Un internaute se dit ainsi « *dégouté pour les vrais artistes* », regrettant qu'une « *random*¹⁸ », qui bénéficie d'une certaine popularité obtienne davantage de visibilité pour un travail qui, selon eux, n'a pas réalisé elle-même. Ce commentaire illustre une autre facette du même principe. En effet, la reconnaissance du travail et la visibilité d'un projet devraient, aux yeux de certains internautes, être proportionnelles à la contribution créative réellement fournie. Cette reconnaissance et visibilité ne devraient pas être, selon eux, uniquement dû à la notoriété préexistante de l'influenceuse.

Notons que cet ordre moral trouve peu d'écho au travers du corpus de Andie Ella, dans la mesure où son projet ne repose pas sur l'exploitation de contributions extérieures issues de sa communauté, contrairement à celui de Maghla.

Cependant, cette absence n'invalide pas l'ordre moral en tant que tel : elle révèle plutôt que sa pertinence dépend directement de la structure du même projet entrepreneurial examiné. Certains dispositifs commerciaux sont davantage susceptibles que d'autres de soulever des enjeux de justice distributive comme démontré précédemment.

Pour conclure, cet ordre met en lumière une exigence spécifique, distincte des trois précédents ordres, celle d'un traitement équitable des personnes ayant contribué, directement ou indirectement, à la valeur générée par le projet commercial. Qu'il s'agisse d'abonnés ayant partagé leur histoire, ou de professionnels ayant prêté leur expertise.

6.3.5. Conclusion de la troisième phase d'analyse

L'identification de ces quatre ordres moraux met en évidence que les jugements portés par les internautes à propos des initiatives entrepreneuriales de Andie Ella et de Maghla ne reposent pas

¹⁸ Personne ordinaire et anonyme sans particularité notable (Reverso, s.d.).

sur un critère unique. Ces jugements reposent sur plusieurs systèmes de valeurs qui peuvent se combiner, se renforcer ou parfois entrer en tension.

Un même projet peut ainsi être, d'une part salué ou critiqué quant au mérite ou par rapport à la cohérence identitaire par exemple.

Ce constat rejoint la définition même de l'ordre moral proposée par Harré (1987), selon laquelle plusieurs systèmes d'évaluation peuvent coexister et conduire à des jugements opposés sur un même fait. Aussi, la comparaison entre les deux cas d'étude révèle que la pertinence de certains ordres moraux dépend directement de la nature du projet entrepreneurial concerné. Comme l'illustre l'ordre moral de la justice et de l'équité, quasi exclusif au corpus de Maghla.

Ces éléments sont repris dans la discussion qui suit et sont mis en relation avec le cadre théorique mobilisé tout au long de ce mémoire.

Partie 7 - Discussion, conclusion et limites

7.1. Discussion et conclusion

A l'issue de cette étude, nous tentons de répondre à la question de recherche posée en introduction en confrontant les résultats obtenus avec la revue de littérature au sein d'une discussion. La question de départ étant : « *En quoi les initiatives entrepreneuriales des influenceuses Andie Ella et Maghla constituent-elles un terrain d'expression de jugements moraux au sein de leurs communautés en ligne ?* »

Les trois premiers ordres moraux dégagés dans l'analyse font écho au triptyque expertise, authenticité et intimité que Hudders et al. (2021) identifient comme les piliers de l'efficacité et de la crédibilité des influenceurs. Le mérite et la légitimité par la contribution renvoient à la dimension d'expertise, perçue comme le fondement de la reconnaissance accordée à l'influenceuse. Ce premier ordre moral fait référence au concept de travail aspirationnel développé par Duffy (2016, 2017). De fait, les commentaires qui valorisent l'effort, l'investissement personnel et la précocité de la réussite rejoignent l'idée selon laquelle la réussite entrepreneuriale est perçue comme légitime lorsqu'elle est le résultat d'un travail sans relâche et sacrificiel, conformément à l'idéologie du « *Do What You Love* ». Le mérite reconnu à Andie Ella repose en partie sur le succès de son projet, mais surtout sur la manière dont ce succès est mis en scène comme le fruit d'une discipline et d'un investissement personnel continu.

Ce même critère d'investissement, appliqué à Maghla, suscite en revanche un jugement controversé chez une partie de sa communauté, celle-ci lui refuse ce mérite car juge son implication insuffisante. Cette asymétrie illustre bien le principe même de l'ordre moral selon Harré (1987), un critère identique (le degré d'investissement perçu) peut inspirer aussi bien le respect que du mépris selon la manière dont l'agentivité de l'influenceuse est décrite dans les discours.

Cette contestation de la légitimité chez Maghla se double d'un second mécanisme, plus spécifique à son cas : celui de la responsabilité relationnelle envers la communauté. Ceci renvoie à la dimension d'intimité identifiée par Hudders et al. (2021) et qui trouve un éclairage pertinent dans

la théorie du don et du contre-don de Mauss (2012). En effet, le projet BD de Maghla repose sur la réutilisation d'histoires personnelles des membres de sa communauté envoyées gratuitement dans le cadre de son podcast *Sip & Gossip*. Or selon Mauss (2012), tout don engage son auteur dans une triple obligation : donner, recevoir et rendre. En partageant leurs récits, les abonnés de Maghla s'inscrivent implicitement dans cette logique de don, sans nécessairement en anticiper une contrepartie commerciale directe. La monétisation ultérieure de ces récits, perçue par une partie de la communauté comme une revente sans réciprocité suffisante constitue également une rupture précise de cette obligation de rendre. Ce qui explique en partie l'intensité du jugement moral négatif observé sur ce point. Par ailleurs, ce constat rejoint les travaux de Pasquier et Gilliotte (2024) qui soulignent que les placements de produits, bien que populaires, restent moralement controversés et risquent d'entacher l'image de l'influenceur dit passionné et honnête. En effet, la monétisation d'un contenu jusque-là perçu comme gratuit et désintéressé vient fragiliser cette image. Néanmoins, il s'agit d'un mécanisme absent chez Andie Ella, dont le projet ne repose pas sur une matière première fournie par sa communauté. Ceci confirme que cet ordre moral de responsabilité relationnelle, bien que transversal aux deux cas, s'active avec une intensité particulière lorsque le projet commercial dépend directement d'une contribution gratuite du public.

L'ordre moral de la cohérence identitaire, quant à lui, renvoie à la dimension d'authenticité du triptyque de Hudders et al. (2021). Il se réfère à la notion de *self-branding* ainsi qu'à l'exigence de cohérence qu'impose à toute marque personnelle qu'elle doit rester claire, cohérente et ciblée pour conserver sa valeur (Cullen et al., 2024). Le concept d'extension de marque (Sharp, 1991) éclaire ce mécanisme. Effectivement, le lien entre la « marque mère », c'est-à-dire l'influenceuse elle-même, et la « marque étendue », le produit commercial, explique pourquoi un jugement négatif porté sur le projet porte atteinte à la personne de l'influenceur. Le cas inverse est également possible dans le sens où une atteinte portée à l'influenceur peut se répercuter en vis-à-vis jugement négatif du projet commercial (Sharp, 1991).

Ce constat rejoint également les travaux de Hudders et al. (2021) à propos de l'authenticité comme pilier central de la relation entre influenceur et audience. Du côté de Andie Ella, son authenticité est factuelle et sa perte de spontanéité est directement reprochée. Tandis que du côté de Maghla,

son authenticité, est plutôt idéologique, la cohérence entre le discours engagé et pratique commerciale est remise en question, ce qui peut entraîner du mépris lorsqu'une rupture est perçue.

De plus, notons que chez Andie Ella, une partie des critiques adressées par certains abonnés prend la forme d'une attente de solidarité face à sa réussite. Il s'agit d'un mécanisme qui peut être mis en perspective grâce aux travaux sur la précarité et la surreprésentation des femmes dans les formes de travail indépendant et irrégulier propres aux plateformes numériques (Duffy, 2017 ; Rodriguez-Modroño et al., 2022). En effet, la réussite d'une influenceuse dans un secteur marqué par cette précarité semble susciter, chez une partie de son audience, une attente particulière de reconnaissance collective plutôt qu'un retour négatif.

Le dernier ordre moral identifié, celui de la justice et de l'équité, est presque exclusivement mobilisé dans le corpus de Maghla. Contrairement, aux trois ordres précédents, celui-ci s'écarte d'une logique de jugement de la personne pour se rapprocher d'une logique procédurale dans la manière de mener un projet. Au sein du corpus, cette logique procédurale est démontrée par trois critères : le consentement des personnes concernées, la rétribution jugée équitable et la reconnaissance du travail des artistes impliqués. Il s'agit de critères qui illustrent la coexistence de plusieurs régimes de justification décrite par Boltanski et Thévenot (1991). L'absence de ces critères chez Andie Ella confirme que la pertinence de cet ordre moral dépend directement de la structure du projet entrepreneurial étudié. De fait, un projet reposant sur l'exploitation de contributions extérieures, comme celui de Maghla, active des enjeux de justice distributive qu'un projet de lancement d'une marque propre à soi.

Au-delà de ces quatre ordres moraux, l'analyse du corpus confirme également la pertinence du cadre proposé par Becker (2020) et boyd (2010) pour comprendre le fonctionnement de l'espace commentaire comme lieu de régulation morale. La fonction régulatrice n'est pas propre aux communautés d'influenceurs, elle s'inscrit dans une dynamique de gouvernance communautaire, où les membres d'un espace en ligne établissent et font respecter des normes explicites ou implicites encadrant les comportements acceptables (Fiesler et al., 2018). Les commentaires eux-mêmes ne se limitent pas à une fonction informative. Comme le souligne Reagle (2015), ils peuvent tout autant informer que façonner une opinion ou tenter de convaincre. Ce qui explique pourquoi

certaines internautes s'en saisissent activement pour orienter le jugement collectif plutôt que pour exprimer une réaction qui leur est propre (Reagle, 2015). C'est ce que l'on observe lorsque plusieurs internautes agissent explicitement comme des entrepreneurs moraux au sens de Becker (2020). Ils cherchent à imposer une lecture partagée de la situation à l'ensemble de la communauté, tandis que la coexistence de jugements aussi divergents que contradictoires sous une même publication illustre le phénomène de *context collapse* décrit par boyd (2010). Par exemple, différents segments de l'audience issus de contextes sociaux différents et porteurs d'attentes différentes quant à ce qui est jugé approprié, se retrouvent à juger simultanément et publiquement un même élément. Et ce, sans que ces cadres d'interprétations soient nécessairement compatibles entre eux (boyd, 2010).

Les résultats de cette étude, permettent de répondre aux deux sous-questionnements posés précédemment dans ce mémoire. Pour rappel, le premier concerne les critères de jugement mobilisés par les communautés en ligne pour évaluer la légitimité des initiatives entrepreneuriales des influenceuses. Ces critères se structurent en quatre grands ordres moraux : le mérite et la légitimité par la contribution ; la cohérence identitaire ; la responsabilité relationnelle envers la communauté ; et la justice et l'équité.

Concernant le deuxième sous-questionnement, celui-ci est à propos de la mesure selon laquelle ces critères de jugement diffèrent ou se recoupent selon le profil de l'influenceuse et la nature de son initiative entrepreneuriale. Les critères ne s'appliquent pas uniformément aux deux cas étudiés : si le mérite et la cohérence identitaire traversent les deux corpus, la responsabilité relationnelle, ainsi que davantage, la justice et l'équité, s'expriment de façon plus marquée chez Maghla. Chez cette influenceuse, le projet mobilise une contribution gratuite de la communauté, contrairement à celui de Andie Ella qui lance sa propre marque. Cette différence confirme que les critères de jugement moraux, peuvent évoluer et se recomposer en fonction de la nature spécifique de l'initiative entrepreneuriale évaluée. Ces résultats permettent surtout de comprendre l'effet de la nature du projet. En revanche, l'effet propre au profil de l'influence est plus difficile à isoler dans ce mémoire. En effet, avec seulement deux cas d'étude, chacun combinant un profil spécifique et un type de projet particulier, il n'est pas possible de dissocier clairement ce qui relève du profil et ce qui relève du projet. Cela constitue une limite de l'étude expliqué dans le point 7.2.

7.2. Limites et pistes futures

Au-delà des limites méthodologiques développées au point 5.2.4, ce mémoire présente plusieurs autres limites qu'il convient de souligner.

Premièrement, cette recherche repose sur l'étude de deux cas amenés par deux influenceuses féminines francophones. Si ce choix a permis une analyse intéressante et comparative, il ne permet cependant pas de généraliser les quatre ordres moraux dégagés à l'ensemble des dynamiques de jugement moral suscitées par l'entrepreneuriat des influenceurs. Il serait notamment pertinent de vérifier si ces mêmes ordres moraux se retrouvent chez les influenceurs masculins ou dans des secteurs de contenu différents de ceux étudiés dans ce travail, dans le but d'évaluer la portée de ces résultats au-delà des deux cas analysés.

Deuxièmement, l'asymétrie entre les deux corpus constitués comporte une limite. Un corpus multiplateforme et ponctuel pour Maghla et un corpus mono-plateforme Andie Ella. Bien que le choix de construction de corpus soit justifié par la nature différente des deux projets entrepreneuriaux, cela complique en partie la comparabilité stricte des résultats. Certains ordres moraux pourraient ainsi être davantage liés à cette différence de dispositif de collecte qu'à une réelle différence de nature entre les deux projets. Une réplication de l'étude sur des corpus construits de manière plus symétrique permettrait de trancher plus clairement cette question.

Troisièmement, ce mémoire propose une lecture des ordres moraux à un instant déterminé, sans suivre leur possible évolution dans le temps. Or, les jugements moraux portés sur une même influenceuse pourraient changer à mesure que son projet se développe, se stabilise, évolue ou s'arrête. Une approche chronologique, suivant les réactions de la communauté sur une plus longue période après le lancement du projet, permettrait de vérifier si les ordres moraux identifiés se maintiennent, se renforcent ou s'atténuent avec le temps.

Enfin, ce travail s'est concentré exclusivement sur les discours des communautés sans intégrer le point de vue des influenceuses. Celles-ci pourraient nous renseigner quant à la manière dont elles perçoivent et gèrent ces jugements moraux. Une recherche complémentaire fondée, par exemple,

sur des entretiens avec des influenceurs ayant vécu une expérience similaire permettrait d'enrichir la compréhension de ce phénomène. Et ce, en confrontant le point de vue de la communauté à celui des principales personnes concernées.

Ces pistes de recherche, qu'elles portent sur l'élargissement du terrain d'étude, la comparabilité des dispositifs de collecte, la dimension temporelle ou la perspective des influenceurs elles-mêmes, permettraient de consolider et de nuancer davantage la portée des ordres moraux identifiés dans ce mémoire.

Partie 8 - Bibliographie

Articles et ouvrages écrits :

Abidin, C. (2015). Communicative intimacies : Influencers and perceived interconnectedness. *Ada : A Journal of Gender, New Media, and Technology*, 8. <https://doi.org/10.7264/n3mw2ffg>

Abidin, C., & Ots, M. (2015). The influencer's dilemma : The shaping of new brand professions between credibility and commerce [Conference paper]. AEJMC Annual Conference, San Francisco, CA, United States. <https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:hj:diva-27812>

Abidin, C. (2018). *Internet celebrity : Understanding Fame Online*. Emerald Publishing.

Alloing, C., Cordelier, B., & Yates, S. (2021). Pour une approche communicationnelle de l'influence. *Communication Et Organisation*, 60, 11–20. <https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.10385>

Aran-Ramspott, S., Fedele, M., & Tarragó, A. (2018). YouTubers' social functions and their influence on pre-adolescence. *Comunicar*, 26(57), 71-80. <https://doi.org/10.3916/c57-2018-07>

Balleys, C. (2018). Comment les adolescents construisent leur identité avec Youtube et les médias sociaux. *Nectart*, 6, 124–133. <https://doi.org/10.3917/nect.006.0124>

Becker, H. S. (2020). *Outsiders : Études de sociologie de la déviance*. Éditions Métailié. <https://doi.org/10.3917/meta.becke.2020.01>

Benbouzid, B., & Alexandre, O. (2024). Vivre de ses vues. *Réseaux*, 246, 11–40. <https://doi.org/10.3917/res.246.0011>

- Bishop, S. (2021). Influencer Management tools : Algorithmic cultures, brand safety, and bias. *Social Media + Society*, 7(1). <https://doi.org/10.1177/20563051211003066>
- Boltanski, L., & Thévenot, L. (1991). *De la justification : les économies de la grandeur*. Gallimard.
- boyd, d. (2010). Social network sites as networked publics : Affordances, dynamics, and implications. In Z. Papacharissi (Ed.), *A networked self : Identity, community, and culture on social network sites* (pp. 39–58). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203876527>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Caillaud, S., & Flick, U. (2016). Triangulation méthodologique : Ou comment penser son plan de recherche. In G. Lo Monaco, S. Delouvée, & P. Rateau (Eds.), *Les représentations sociales : Théories, méthodes et applications* (pp.227-240). De Boeck. <https://hal.science/hal-04078501>
- Canet, M. (2020). [Compte rendu du livre *YouTube, Online video and participatory culture*, par J. Burgess & J. Green]. *Communication*, 37(2). <https://doi.org/10.4000/communication.12308>
- Christin, A., & Lu, Y. (2024). The influencer pay gap: Platform labor meets racial capitalism. *New Media & Society*, 26(12), 7212–7235. <https://doi.org/10.1177/14614448231164995>
- Cullen, M. D. M., Calitz, A. P., & Botha, A. (2024). The use of social media for personal branding. *In Proceedings of the International Business Conference (IBC 2024)*. International Business Conference. https://www.researchgate.net/publication/385810388_The_Use_of_Social_Media_for_Personal_Branding

- Duffy, B. E. (2016). The romance of work : Gender and aspirational labour in the digital culture industries. *International Journal of Cultural Studies*, 19(4), 441–457. <https://doi.org/10.1177/1367877915572186>
- Duffy, B. E. (2017). *(Not) getting paid to do what you love : Gender, social media, and aspirational work*. Yale University Press.
- Ferchaud, A., Grzeslo, J., Orme, S., & LaGroue, J. (2018). Parasocial attributes and YouTube personalities: Exploring content trends across the most subscribed YouTube channels. *Computers in Human Behavior*, 80, 88–96. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.10.041>
- Fiesler, C., Jiang, J., McCann, J., Frye, K., & Brubaker, J. (2018). Reddit rules! Characterizing an ecosystem of governance. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 12(1), 42-50. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v12i1.15033>
- Haapoja, J., Savolainen, L., Reinikainen, H., & Lehtiniemi, T. (2024). Moral orders of pleasing the algorithm. *New Media & Society*, 27(12), 6492-6509. <https://doi.org/10.1177/14614448241278674>
- Harré, R. (1987). Grammar, psychology and moral rights. In M. Chapman & R.A. Dixon (Eds.), *Meaning and the growth of understanding* (pp.219-230). Springer.
- Horton, D., & Wohl, R. R. (1956). Mass Communication and Para-Social Interaction. *Psychiatry*, 19(3), 215–229. <https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>
- Hudders, L., De Jans, S., & De Veirman, M. (2021). The commercialization of social media stars : A literature review and conceptual framework on the strategic use of social media influencers. *International Journal Of Advertising*, 40(3), 327-375. <https://doi.org/10.1080/02650487.2020.1836925>

- James, A. (2022). Women in the gig economy : Feminising ‘digital labour.’ *Work in the Global Economy*, 2(1), 2–26. <https://doi.org/10.1332/273241721x16448410652000>
- Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management : Building, measuring, and managing brand equity* (4th ed.). Pearson.
- Khamis, S., Ang, L., & Welling, R. (2016). Self-branding, ‘micro-celebrity’ and the rise of social media influencers. *Celebrity Studies*, 8(2), 191–208. <https://doi.org/10.1080/19392397.2016.1218292>
- Kozinets, R. V. (2015). *Netnography : Redefined*. SAGE Publications Limited.
- Latzko-Toth, G., Bonneau, C., & Millette, M. (2020). La densification des données : Revaloriser la recherche qualitative à l’ère des données massives. In M. Millette, F. Millerand, D. Myles, & G. Latzko-Toth (Eds.), *Méthodes de recherche en contexte numérique : Une orientation qualitative* (pp. 181–194). Presses de l’Université de Montréal. <https://doi.org/10.1515/9782760642508-013>
- Leggett, K. L., Lammi, M., & Mykkänen, J. (2026). The virtualisation of the influencer economy: Development of a conceptual model. *Electronic Markets*, 36(1), Article 6. <https://doi.org/10.1007/s12525-025-00857-w>
- Lehalle, H., Aris, C., Buelga, S., & Musitu, G. (2004). Développement socio-cognitif et jugement moral : de Kohlberg à la recherche des déterminants de la différenciation du développement moral. *L’Orientation scolaire et professionnelle*, 33(2), 289-314. <https://doi.org/10.4000/osp.2163>
- Macq, H., & Parotte, C. (2025). Analyser des données qualitatives : Focus sur l'analyse thématique. In C. Parotte (Ed.), *Méthodes de recherche qualitatives : Approches et pratiques réflexives en sciences politiques et sociales* (pp. 261-296). Presses universitaires de Liège. <https://hdl.handle.net/2268/325480>

- Marwick, A. E., & boyd, d. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society*, 13(1), 114–133. <https://doi.org/10.1177/1461444810365313>
- Marwick, A. E. (2013). *Status Update: Celebrity, publicity, and branding in the social media age*. Yale University Press.
- Mauss, M. (2012). *Essai sur le don : Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*. Presses universitaires de France.
- Mogensen, K. (2014). Henry Jenkins, Sam Ford & Joshua Green : *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. *MedieKultur : Journal of Media and Communication Research*, 30(56). <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v30i56.16054>
- Mrabet, Y., & Chaichaa, I. (2022). Le marketing digital et l'image de marque de l'entreprise : Revue de la littérature. *Revue de Management et Cultures*, (7). <https://doi.org/10.48430/imist.prsm/remac-n7.35736>
- Nouvel, D., Deturck, K., Segond, F., & Patel, N. (2019). L'influence sur les réseaux, une proposition de modélisation. *Recherche d'information, Document et Web Sémantique*, 3(1), 1-6. <https://doi.org/10.21494/ISTE.OP.2020.0465>
- Oloo, O. D. (2021). Exploring the social media culture of commenting: YouTube users' sentiments of "misinformation" on international news media sphere. *Social Communication*, 22(1), 90–100. <https://doi.org/10.2478/sc-2021-0009>
- Paillé, P., & Mucchielli, A. (2016). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*. Armand Colin. <https://doi.org/10.3917/arco.paill.2016.01>

- Parizot, I. (2012). L'enquête sociologique. In S. Paugam (Ed.), *L'enquête sociologique* (pp. 93-113). Presses Universitaires de France. <https://doi.org/10.3917/puf.paug.2012.01.0093>
- Pasquier, D., & Gilliotte, Q. (2024). Travailler à sa chaîne. *Réseaux*, 246, 89–126. <https://doi.org/10.3917/res.246.0089>
- Preece, J., & Maloney-Krichmar, D. (2005). Online communities : Design, theory, and practice. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(4), JCMC10410. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2005.tb00264.x>
- Reagle, J. (2015). *Reading the comments : Likers, haters, and manipulators at the bottom of the web*. MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/10116.001.0001>
- Reid, V. (2023). Qu'est-ce qu'être authentique sur YouTube ? Une étude de réception des vlogues du type *A Day in my Life*. *Communication*, 40(1). <https://doi.org/10.4000/communication.17338>
- Rodríguez-Modroño, P., Pesole, A., & López-Igual, P. (2022). Assessing gender inequality in digital labour platforms in Europe. *Internet Policy Review*, 11(1). <https://doi.org/10.14763/2022.1.1622>
- Sajus, B., Cardon, D., Levrel, J., Vatan, B., Bermès, E., Oury, C., & Sussan, R. (2009). Web 2.0, et après ? *Documentaliste-Sciences de l'information*, Vol. 46(1), 54–66. <https://doi.org/10.3917/docs.461.0054>
- Samlak, N. (2020). L'approche qualitative et quantitative dans l'enquête du terrain : L'observation, l'entretien et le questionnaire. *Revue linguistique et référentiels interculturels*, 1(1), 32-51.
- Sharp, B. M. (1991). The marketing value of brand extension. *Marketing Intelligence & Planning*, 9(7), 9–13. <https://doi.org/10.1108/eum0000000001110>

- Talukder, M. U. (2023). Analysis of viewers' comments on a viral video on YouTube. *Khulna University Studies*, 68-75. <https://doi.org/10.53808/KUS.SI.2023.ICSSI48-ss>
- Vasconcelos, L., & Rua, O. L. (2021). Personal branding on social media : The role of influencers. *E-Revista de Estudos Interculturais*, 3(9). <https://doi.org/10.34630/erei.v3i9.4232>
- Vernette, É. (2002). Le rôle et le profil des leaders d'opinion pour la diffusion de l'Internet. *Décisions Marketing*, 25, 37–51. <https://doi.org/10.3917/dm.025.0037>
- Viet, J.-B. (2019). *YouTubeur : Créer des vidéos et des millions de vues sur YouTube*. Eyrolles.
- West, M. D. (2013). Is the Internet an emergent public sphere? *Journal of Mass Media Ethics*, 28(3), 155–159. <https://doi.org/10.1080/08900523.2013.792702>
- Wilson, D. W., Lin, X., Longstreet, P., & Sarker, S. (2011). Web 2.0 : A definition, literature review, and directions for future research. *AMCIS 2011 Proceedings - All Submissions*, 368. https://aisel.aisnet.org/amcis2011_submissions/368/
- Xi, R., & Singh, M. P. (2023). *Morality in the mundane : Categorizing moral reasoning in real-life social situations*. arXiv. <https://arxiv.org/abs/2302.12806>

Sites consultés :

- Andie Ella. (s. d.). *Andie Ella* [Chaîne YouTube]. YouTube. <https://youtube.com/@andieella>
- Andie Ella. (2023, 19 novembre). *JE LANCE MA MARQUE À 22 ANS (j'ai dépensé 250K€)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=etpXsvQPfKA>
- Barb. (2026, 17 mars). *Je réponds à toutes vos questions !* [Vidéo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=HDkW2JQ0tyE>

Boussarie, P. (2025, 6 janvier). « Le Japon c'était mon rêve » : *Andie Ella, cette Azuréenne devenue reine du thé Matcha vit une vraie success story japonaise*. Nice-Matin. <https://www.nicematin.com/culture/le-japon-c-etait-mon-reve-andie-ella-cette-azureenne-devenue-reine-du-the-matcha-vit-une-vraie-success-story-japonaise-961996>

Maghla. (s. d.). *Maghla* [Chaîne YouTube]. YouTube. <https://www.youtube.com/@Maghla>

Maghla. (2023, 23 octobre). *SIP & GOSSIP # 1 (ft. Mastu)* [Vidéo]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=Q02pgK33UQo>

Maghla. (2024, 4 novembre). *Il y a quelqu'un caché chez moi. . . - FLIPPE & GO SLEEP # 1 (ft.*

Feldup) [Vidéo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Kf3Fsz-FB0s>

Maghla. (2026, 17 février). *Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)* [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=bQ244hGW768>

TF1+. (2026, 21 janvier). *Maghla : Biographie et vidéos*. <https://www.tf1.fr/fr->

[be/dossier/maghla-51217484](https://www.tf1.fr/fr-be/dossier/maghla-51217484)

Partie 9 - Annexes

9.1. Annexe 1 - Questionnaire

Titre : Questionnaire mémoire sur la perception des communautés sur les influenceurs.

Bonjour, je m'appelle Lora et je suis étudiante en master de communication stratégique à l'UCLouvain. Dans le cadre de mon mémoire, je m'intéresse au ressenti des consommateurs de contenus d'influenceurs ainsi qu'à leur perception des projets et produits qu'ils développent. Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses : n'hésite pas à exprimer librement ton opinion. Ce questionnaire est anonyme et prend environ 15 à 20 minutes à compléter. Merci beaucoup pour ta participation.

Section 1 : Données démographiques du consommateur·trice

Q1. Quel est ton genre ?

- ☐ Homme
- ☐ Femme
- ☐ Non-binaire
- ☐ Autre

Q2. Quel âge as-tu ?

Section 2 : Perception générale du consommateur·trice sur le contenu d'influenceurs

Cette section a pour objectif de recueillir ta perception générale du contenu proposé par les influenceurs sur les réseaux sociaux et ton rapport à ce type de contenus.

Q3. Quel type de contenu d'influenceur consommes-tu ?

Q4. Qu'est-ce que tu apprécies dans le contenu des influenceurs consommé ?

Q5. Est-ce qu'il y a des éléments que tu apprécies moins ou qui te dérangent dans le contenu consommé ?

Q6. En fonction de ton expérience sur les plateformes sociales (YouTube, Instagram, X, Tiktok, ...), qu'est-ce qu'un influenceur dit "authentique" ? Peux-tu citer un exemple ?

Q7. As-tu observé des éléments permettant d'indiquer qu'un influenceur n'est pas "authentique" ? Lesquels ?

Q8. Quel est ton avis concernant le lancement d'une marque ou d'un produit dérivé par un influenceur ?

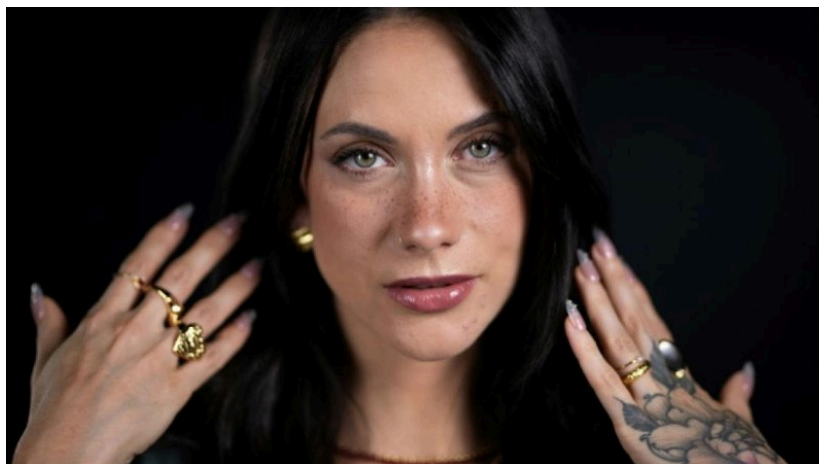
Q9. En fonction de ton expérience, en quoi le lancement d'un produit dérivé ou d'une marque d'influenceur oriente ta confiance portée en celui-ci ?

Q10. Est-ce que tu as déjà acheté un produit tiré d'une marque d'influenceur ? Si oui, lequel ?

Section 3 : Questions spécifiques à Maghla

Cette partie comprend quelques questions supplémentaires liées au cas de Maghla.

Q11. Connais-tu l'influenceuse Maghla ?



- ☐ Oui
- ☐ Non

Q12. Consommes-tu son contenu ? (Indiquer oui même si cela est occasionnel)

- ☐ Oui
- ☐ Non

Q13. Si oui, sur quelles plateformes ?

- ☐ YouTube
- ☐ Twitch
- ☐ Instagram
- ☐ X
- ☐ Spotify
- ☐ Autre

Q14. En fonction de ton expérience, quelle est ton opinion à propos de l'influenceuse Maghla ?

Q15. Selon toi, Maghla est-elle une influenceuse dite "authentique" ? Justifie.

Q16. Qu'est-ce que tu apprécies dans le contenu qu'elle propose ?

Q17. Est-ce qu'il y a des éléments que tu apprécies moins ou qui te dérangent dans le contenu qu'elle propose ?

Q18. Es-tu au courant de la sortie de son projet BD ?

☐ Oui

☐ Non

Section 4 : Le projet BD de Maghla en quelques mots



Maghla a annoncé la sortie d'une bande dessinée inspirée de son podcast *Sip & Gossip*, dans lequel elle raconte et commente des histoires et anecdotes envoyées par sa communauté. Le projet, réalisé avec une équipe de scénariste et d'illustratrices, doit paraître le 30 juin 2026 et proposera des histoires adaptées de l'univers du podcast de Maghla.

Q19. Quelle est ton opinion à propos de la sortie de ce produit ?

Q20. Est-ce que l'annonce de ce produit est en accord avec la perception que tu as de l'influenceuse Maghla ? Justifie.

Q21. Serais-tu capable d'acheter ce produit ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

Section 5 : Questions spécifiques à Andie Ella

Cette partie comprend quelques questions supplémentaires liées au cas de Andie Ella.

Q22. Connais-tu l'influenceuse Andie Ella ?



- ☐ Oui
- ☐ Non

Q23. Consommes-tu son contenu ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

Q24. Si oui, sur quelles plateformes ?

- ☐ YouTube
- ☐ Instagram
- ☐ TikTok
- ☐ Autre

Q25. En fonction de ton expérience, quelle est ton opinion à propos de l'influenceuse Andie Ella ?

Q26. Selon toi, Andie Ella est-elle une influenceuse dite "authentique" ? Justifie.

Q27. Qu'est-ce que tu apprécies dans le contenu qu'elle propose ?

Q28. Est-ce qu'il y a des éléments que tu apprécies moins ou qui te dérangent dans le contenu qu'elle propose ?

Q29. Connais-tu sa marque *Milia Matcha* parue en novembre 2023 ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

Section 5 : La marque *Milia Matcha* de Andie Ella en quelques mots



Milia Matcha est une marque de matcha (poudre de thé vert japonais) créée en novembre 2023 par Andie Ella, une influenceuse française. La marque propose différents types de thés matcha (matcha cérémonie traditionnel et versions aromatisées comme vanille, fraise ou chocolat blanc) ainsi que des accessoires pour préparer le matcha (fouets, mugs, etc.).

Q30. Quelle est ton opinion à propos de cette marque ainsi que les produits proposés ?

Q31. Serais-tu susceptible d'acheter les produits proposés par *Milia Matcha* ?

- ☐ Oui
☐ Non

Q32. Est-ce que l'annonce de cette marque est en accord avec la perception que tu as de l'influenceuse Andie Ella ? Justifie.

Q33. Selon toi, est-ce que le contenu de l'influenceuse Andie Ella a évolué depuis la création de sa marque ? Justifie.

Tu arrives à la fin de ce questionnaire, merci beaucoup !

Merci d'avoir pris quelques minutes de ton temps afin de répondre à mon questionnaire. Ta réponse me sera d'une grande aide pour mon analyse 😊

Lora

9.2. Annexe 2 - Corpus de commentaires bruts

9.2.1. Corpus brut Andie Ella

Nom de la vidéo	Date de sortie	Commentaire
JE LANCE MA MARQUE À 22 ANS (j'ai dépensé 250K€)	19 novembre 2023	Andie tu es incroyable! C'est génial d'avoir des explications sur le lancement de ta marque sans tabou, et bravo d'avoir osé, tu as raison la vie est trop courte pour se priver de ses rêves. Belle continuation et merci pour tout ton travail, tes vidéos sont géniales
JE LANCE MA MARQUE À 22 ANS (j'ai dépensé 250K€)	19 novembre 2023	Je suis encore estomaquée de voir l'évolution de ton parcours, qui est encore plus flagrant avec les vidéos retour en arrière. Que dire.... C'est un merveilleux projet et le fait que toute la communauté y ait contribué, même indirectement, est quelque chose de magique. Finalement, ton audience t'ouvre des portes, te permet d'avoir une voix, et c'est magnifique de constater la manière dont tu as utilisé ce pouvoir. Je ne te souhaite que de la réussite pour ce qui arrive C'est mérité.
1 MOIS POUR REFAIRE MES BUREAUX!!	22 novembre 2023	Franchement, je trouve que l'Era Milia Matcha est juste parfaite, les vidéos sont bien organisé, le matcha est incroyable tu as réussi un truc !!
1 MOIS POUR REFAIRE MES BUREAUX!!	22 novembre 2023	Je trouve que le plus impressionnant c'est qu'Andie nous a proposé du contenu en parallèle de son projet (les créateurs de contenus préfèrent faire une « pause ») T'es vraiment trop forte bravo
1 MOIS POUR REFAIRE MES BUREAUX!!	22 novembre 2023	J'adore ton contenu se que tu fais c'est incroyable ! Ce mots correspond tellement à ce que tu es et ce que tu fais, mrc beaucoup tu me donnes le sourire à chaque fois que je regarde une de tes vidéos
1 MOIS POUR REFAIRE MES BUREAUX!!	22 novembre 2023	Bravo ! J' imagine la pression et le mental qu'il a fallu pour mener à terme ce projet ! Donc félicitations car tu le mérites :) ! Dès le lancement de ta marque, j'ai sauté sur ton site. La DA est incroyable, etn un matcha à la fraise ? Non mais, j'étais obligée de l'acheter ! Félicitations et je te souhaite plein de belles choses pour la suite ! Je ne commente pratiquement jamais donc j'en profite avec ce commentaire pour le faire. Merci d'exister. J'adore tes vidéos qui sont une pure bouffée de fraîcheur dans ma journée ! A chaque vidéo, même quand je passe une mauvaise journée ou que je ne me sens pas bien, je regarde tes vidéos et j'en ressors toujours avec le sourire aux lèvres.
LA VÉRITÉ SUR MON LANCEMENT Andie Ella	29 novembre 2023	Mais Andie tu nous a fait tes premiers vlogmas dans ton studio tu n'étais pas en vacances et ils étaient quand même incroyables !!! Pas besoin de vouloir à tout prix partir loin pour en faire, ca serait tout autant incroyable si tu restes chez toi et que tu nous montres juste ton quotidien !! C'est les meilleurs vidéos de l'année et tu es super forte pour faire des vlogs géniaux ! En tout cas j'espère que tu changeras d'avis stp que tu nous feras des vlogmas

LA VÉRITÉ SUR MON LANCEMENT Andie Ella	29 novembre 2023	Tu semble réellement épanouie, j'ai l'impression que tu te découvres un peu plus chaque jour grâce à ce tout nouveau quotidien et que tu viens de découvrir une autre passion Ton accomplissement me rend fière et me motive alors que je ne te connais pas personnellement. Tu peux être fière de toi, tu le mérites Andie
LA VÉRITÉ SUR MON LANCEMENT Andie Ella	29 novembre 2023	tu nous ennues pas du tout avec ta marque !! parles en toutes les vidéos, tous les jours en story et tout ! trop intéressant d'avoir les back stage d'une marque et de l'entrepreneuriat omgg
LA VÉRITÉ SUR MON LANCEMENT Andie Ella	29 novembre 2023	Andie je pense que tu pourrais nous parler de Milia Matcha dans toutes tes futures vidéos personne ne serait saoulé !! Ça fait partie de ta vie maintenant (et de la nôtre aussi finalement), j'ai hâte de voir la suite de ce beau projet qui commence déjà si bien, félicitations tu mérites absolument toute cette réussite
LA VÉRITÉ SUR MON LANCEMENT Andie Ella	29 novembre 2023	Andie je pense que tu ne rends pas compte que tu te mets beaucoup trop de pression par rapport à tes vidéos 😊 encore heureux pour ta santé que tu vas pas faire de vlogmas, t'es malade d'avoir hésité à en faire, tu viens de lancer ta marque (qui déchire tout) tout en continuant les 2 vidéos par semaine, je trouve ça tellement énorme, merci même par rapport au contenu de tes vidéos, n'ai pas peur de nous soûler (en tout cas je parle pour moi) en nous parlant de ta marque, je suis tellement excitée de ce projet que je veux tout savoir, je trouve ça tellement intéressant de suivre la création, lancement et gestion d'une marque, surtout si c'est la tienne bref, j'adore tous tes contenus, peu importe le sujet de tes vidéos Ps: trop hâte du restock de tes produits pour passer une grosse commande
LA VÉRITÉ SUR MON LANCEMENT Andie Ella	29 novembre 2023	J'ai eu un peu peur j'avoue quand tu as que tout allait change mais je suis agréablement surprise ! J'adore cette nouvelle énergie et on voit que ce projet te tient à coeur et qu'il te rend heureuse ! PS : ton match est super bon !!
LA VÉRITÉ SUR MON LANCEMENT Andie Ella	29 novembre 2023	En tout cas sache que tu nous saoule pas du tout, on te suis pour ton quotidien et ton quotidien c'est ta marque , d'ailleurs merci d'être aussi transparente avec nous c'est super intéressant et une super bonne idée, merci pour toutes ses vidéos et le travail qu'il y a derrière (et pour les vlogmas c'est l'ambiance de Noël dans tes vidéos qu'on adore, pas besoin que tu partes super loin) Je te suis depuis hyper longtemps et ton évolution est incroyable t'es restée la même personne
LA VÉRITÉ SUR MON LANCEMENT Andie Ella	29 novembre 2023	Merci de prendre du temps de nous faire une vidéo !! Merci de nous parler et tkt personnellement tu me soûle pas à te confier !! C'est super intéressant de savoir ton point de vue , c'est cool que tu nous expliques un peu comment ça marche ect on s'en rend pas forcément compte du budget que ça peut prendre . Merci pour tout ❤️
LA VÉRITÉ SUR MON LANCEMENT Andie Ella	29 novembre 2023	Je suis entrain de créer ma société et ça me fait trop du bien de voir tes vidéos sur ton expérience entrepreneuriale! Ca pourrait être super intéressant que tu nous expliques les différentes étapes que tu as dû traverser pour créer ta boîte et ton organisation aujourd'hui! Trop contente pour toi en tout cas
LA VÉRITÉ SUR MON LANCEMENT Andie Ella	29 novembre 2023	je mets un commentaire un peu tare mais franchement ne lâche rien c'est incroyable de sortir une marque en plus ça à l'aire de te rendre super heureuse et j'adore ta joie de vivre et ton honnêteté franchement bravo!
LA VÉRITÉ SUR MON LANCEMENT Andie Ella	29 novembre 2023	J'attends toujours patiemment tes vidéos et ça me rend trop heureuse d'être mercredi ou dimanche soir 😊 J'ai lu d'autres commentaires et je les rejoins, tu es mon coup de coeur aussi des réseaux ❤️ Je te suis depuis 1 an et je regarde toutes tes vidéos depuis. Tu dégages une authenticité et

		une sympathie de fou furieux. Tu nous parles comme à des copines, j'adore trop ! Bravo encore Andie, c'est ouf ce qui t'arrive. Laissons les autres parler, tu as bien raison, on t'aime pour ton caractère et ta façon de penser ❤️❤️
LA VÉRITÉ SUR MON LANCEMENT Andie Ella	29 novembre 2023	C'est pas dans mes habitudes de commenter des vidéos YouTube mais vraiment je kiff ce format! Je trouve ça super intéressant de voir tous les côtés d'une marque, ça nous soule pas du tout continue ! en tout cas grosse force à toi
LA VÉRITÉ SUR MON LANCEMENT Andie Ella	29 novembre 2023	Franchement Andie y'aura toujours des rageux focalise toi et sur milia peace que du love et plus de vidéo comme ça qui sont longue
LA VÉRITÉ SUR MON LANCEMENT Andie Ella	29 novembre 2023	Bravo ! Tu es inspirante! Continues, l'authenticité est la clé, aujourd'hui c'est ce qu'on aime de toi!
LA VÉRITÉ SUR MON LANCEMENT Andie Ella	29 novembre 2023	j'adore vraiment quand tu parles de ta marque j'espère que tu en feras d'autres!
LA VÉRITÉ SUR MON LANCEMENT Andie Ella	29 novembre 2023	c'est vrai que ça me fait très bizarre ce changement, j'espère que tu reprendra bientôt les vidéos comme avant dès que tout sera en main (d'abord finis la série matcha) ps; le matcha fraise est tellement bon omgg avant j'en prenais un pas très qualitatif mais comparer à celui là... INCROYABLE (même ma mère a commencé à en voir) merci bcppp tu le mérites
LA VÉRITÉ SUR MON LANCEMENT Andie Ella	29 novembre 2023	Hello, je ne sais pas si tu vas voir mon commentaire mais je voulais te dire que j'adorais tes nouvelles vidéos sur l'entrepreneuriat, c'est vraiment super inspirant et motivant. Tu es une grande source de motivation pour moi et j'ai enfin sauté le pas pour créer ma chaîne Youtube cette année et je n'ai jamais été aussi heureuse, merci !!
LA VÉRITÉ SUR MON LANCEMENT Andie Ella	29 novembre 2023	j'adore ce genre de contenus
LA VÉRITÉ SUR MON LANCEMENT Andie Ella	29 novembre 2023	Le quotidien de millions de personnes qui se lèvent et se préparent pour aller au travail. Seulement le narcissisme et l'égoïsme à atteint un tel niveau que maintenant on se filme.
LA VÉRITÉ SUR MON LANCEMENT Andie Ella	29 novembre 2023	J'adore ce type de contenu, personnellement ça m'intéresse de fouuuu d'en voir plus sur le côté entrepreneurial ! Je trouve ça hyper inspirant et j'aimerais bien me lancer là-dedans aussi un jour donc c'est hyper intéressant de voir l'envers du décor T'es trop une inspiration Andie continue comme ça
LA VÉRITÉ SUR MON LANCEMENT Andie Ella	29 novembre 2023	Mon avis : Tes vidéos sur ta marque sont incroyables et je les affectionne particulièrement comme je pense la majorité de tes abonnés mais comme il en faut pour tout le monde et que tu fais deux vidéos par semaine pourquoi pas faire une vidéo qui ressemblerait plus à ton contenu d'avant ta marque et une autre vidéo sur ta vie de chef d'entreprise un peu plus légère pour documenter et archiver tout ça et puis tu n'auras pas à te casser la tête pour trouver deux contenus complètement exclusifs. Voilà tu es géniale et je te souhaite toute la réussite du monde
LA VÉRITÉ SUR MON LANCEMENT Andie Ella	29 novembre 2023	Hello Andie, je te suis depuis plusieurs années maintenant, quasiment le début et je suis fière de toi et de ton évolution. Cependant j'ai vraiment l'impression que tu délaisses YouTube de plus en plus... avant c'était inconcevable pour toi de loucher ne serait-ce qu'une vidéo mais maintenant j'ai l'impression que nous ne sommes plus ta priorité et je

		trouve ça dommage.. Tes dernières vidéos tournent beaucoup autour du matcha, qui n'intéressent pas tout le monde donc accoupler au fait qu'il y ait moins de vidéos, j'ai l'impression que la team du début se fait un peu abandonner. Cependant j'espère évidemment que ton ascension continuera au mieux, et que tu vendras encore pleins de Matcha ! Passe une bonne journée. Bisou !
LA VÉRITÉ SUR MON LANCEMENT Andie Ella	29 novembre 2023	Incroyable ta vidéo ! C'est très inspirant de voir comment tu gères ton entreprise
LA VÉRITÉ SUR MON LANCEMENT Andie Ella	29 novembre 2023	Bravo pour tout ça ! Mais c'est vrai que ça parle bcp bcp bcp de la marque
LA VÉRITÉ SUR MON LANCEMENT Andie Ella	29 novembre 2023	Merci pour cette vidéo !! Je trouve que montrer un quotidien de cheffe d'entreprise est vraiment intéressant à voir et pour ma part, c'est sûr que je suivrai toutes ces vidéo !
LA VÉRITÉ SUR MON LANCEMENT Andie Ella	29 novembre 2023	enfiinnnnnn, bravo andie ! perso j'adore le contenu en mode entrepreneuriat, c'est super intéressant, de toute façon tu pourrais faire n'importe quelle vidéo je la regarderais mdr, tu es devenue notre rendez vous youtube quoi qu'il arrive !
Ça ne se passe pas comme prévu...	3 décembre 2023	super vidéo ! mais j'espère que malgré tout tes gros projets tu resteras simple et tu reprendra ton style de vidéo d'avant (24h, voyage... etc) 🥹 sinon continue comme ça c'est incroyable !
Ça ne se passe pas comme prévu...	3 décembre 2023	j'adore les vidéos travaillées mais alors qu'est-ce que j'ADORE les vlogs et les vidéos simples et "naturelles" comme celles là <3 encore une super vidéo Andie (trop hâte qu'il y ait du restock sur les matchas pour que je puisse ENFIN goûter!)
JE VOUS PRÉSENTE MA PIÈCE SECRÈTE !	6 décembre 2023	salut andie ça fait longtemps que tu n'as pas fait un 24H je mange ce que je veux...à part ça super vidéo et incroyable projet!! Je suis super contente pour toutes les belles choses qui t'arrive
JE VOUS PRÉSENTE MA PIÈCE SECRÈTE !	6 décembre 2023	Videos nulle
JE VOUS PRÉSENTE MA PIÈCE SECRÈTE !	6 décembre 2023	Franchement, j'adore le concept Enfaite, tout ce qui sort d'Andie : j'adore
JE VOUS PRÉSENTE MA PIÈCE SECRÈTE !	6 décembre 2023	T'as pas l'air très convaincue de ta collab, première fois que tu parais un peu fausse...
JE VOUS PRÉSENTE MA PIÈCE SECRÈTE !	6 décembre 2023	Coucou Andie, j'aime bien tes vidéos mais tes vidéo de bases me manques, t'es la seule youtubeuse que je suis et je suis contente pour ton commerce mais le mood de Noël me manque très franchement.. dommage
JE VOUS PRÉSENTE MA PIÈCE SECRÈTE !	6 décembre 2023	les meilleurs épisodes
JE VOUS PRÉSENTE MA PIÈCE SECRÈTE !	6 décembre 2023	C'est fou tout ce que tu continues à proposer comme contenu alors que tu viens de lancer ta marque ! Puis les restocks hyper rapides, tu ne dois pas t'arrêter Prends soin de toi !
GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS	28 février 2024	J'aime beaucoup ce format de vidéo

GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS	28 février 2024	Coucou Andie ! J'ai tellement adoré visionner cette vidéo ! Je t'en supplie, refais nous une vidéo similaire ! On peut tellement bien te découvrir. On apprend autant de ton métier, ton quotidien, ton équipe et de toi ! Un plaisir de votre la girl boss que tu es ! <3
GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS	28 février 2024	J'ai adoré ce format, plus naturel et aussi super intéressant niveau contenu. Merci beaucoup.
GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS	28 février 2024	Omg ce type de vidéo est incroyable de te suivre au quotidien et de voir les backstages est super intéressant, j'adore, toujours aussi naturelle on aime, gros bisous !!
GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS	28 février 2024	Une de mes vidéos préférées de ta chaîne, j'adore te voir vraiment au naturel, merci !
GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS	28 février 2024	concept tellement incroyable, c'est trop trop bien de te suivre dans ton quotidien
GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS	28 février 2024	C'est fou comme tu te surmené j'ai l'impression (j'ai adoré cette vidéo j'ai trouvé ça super intéressant)
GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS	28 février 2024	J'aimerais trop + souvent des vidéos comme ça, c'est les BEST!
GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS	28 février 2024	J'adore tellement ce genre de vidéo !! FAIS EN PLUS SOUVENT!!!!
GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS	28 février 2024	J'ai bien aimé cette vidéo mais personnellement ça m'a un peu remis dans le boulot enfin j'ai eu l'impression d'être au bureau moi aussi, alors que d'habitude j'aime regarder tes vidéos pour « m'évader » et penser à autre chose, donc je préfère quand tu nous partages des dégustations, des voyages, des découvertes qui me font plus sortir du quotidien et qui détendent +!
GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS	28 février 2024	Je raffole de ce type de contenus. Tu peux vraiment en faire plus souvent, avec l'iPhone. C'était super Andie
GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS	28 février 2024	Cette vidéo me donne énormément de motivation et de confiance dans l'entrepreneuriat, où juste la confiance en soie! Fais en pleinnnnnss d'autres ☐☐
GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS	28 février 2024	j'ai adoré ce format de vidéo ! suivre ta vie sans chichi sans fake c'est super, un vrai moment privilégié !
GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS	28 février 2024	J'adore ce concept de vlog ! C'est vraiment intéressant et ça fait plaisir de te voir au naturel. Juste toi.
GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS	28 février 2024	J'AI ADOREEEE cette vidéo!!! De toute façon je suis a fond pour les longues vidéos!!! te suivre dans ta semaine a été super cool car on voit réellement ton quotidien et le temps que tu prends pour ta marque tu es très courageuse et déterminée, continue comme ça . Et je suis contente pour toi de voir que Jérémie te suis autant et te soutient dans la marque et tes ambitions

GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS	28 février 2024	J'ai adoré cette vidéo, les longs vlogs comme ça c'est incroyable. Et franchement, je suis de plus en plus impressionnée, ça doit pas être évident de créer une marque, avec des bureaux et des employés à 22 ans, c'est hyper inspirant haha
GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS	28 février 2024	les weekly vlog mon format PREFERE
GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS	28 février 2024	Cette vidéo fait tellement du bien !!! J'adore on se sent vraiment proche de toi c'est simple naturel et convivial, comme avant j'espère qu'il y aura plein de videos comme ça a venir car c'est vraiment mes préférées
GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS	28 février 2024	En fait, peu importe la vidéo que tu fais, on l'apprécie, parce que c'est TA personnalité qu'on apprécie. Tous les styles de vidéos sont agréables mais c'est vrai que celui-ci l'est vraiment +++ parce qu'on entre vraiment en immersion dans ton quotidien et qu'on comprend encore plus de choses et qu'on se sent vraiment très proche de toi !
GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS	28 février 2024	J'ai adoré ce nouveau format ! C'est naturel et spontané et c'est tout ce que j'aime sur Youtube
GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS	28 février 2024	C'est trop cool j'aimerais trop + de vidéos sur ta gestion de l'entreprise
GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS	28 février 2024	Mais j'adore ! Cette vidéo était vraiment top ! J'adore les vidéos coulisses de projets, de marques, je trouve ça toujours enrichissant ! Je dis oui pour une nouvelle vidéo du même style
GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS	28 février 2024	Geniaaaaaal ce format, c'est passionnant de voir les dessous de ta vie d'entrepreneure. Meilleurs vlogs !!!
GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS	28 février 2024	FAIT PLUS DE VIDÉOS COMME ÇA omg c'est tellement impressionnant, intéressant et motivant ! Je sais pas comme t'arrives à gérer toute ces nouvelles choses mais t'es vraiment trop forte j'ai adoré cette vidéo et ton authenticité !
GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS	28 février 2024	J'ai adoré cette vidéo ! Trop hâte de la prochaine de ce genre
GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS	28 février 2024	Génial se format de vidéo Courage dans tes projets on est à fond avec toi
GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS	28 février 2024	J'aime beaucoup ce format ! Surtout le côté business
GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS	28 février 2024	J'adore quand tu fais des concepts, que tu testes des trucs, les vidéos drôles mais ça fait aussi du bien des vidéos comme celles-ci, chill, plus naturelles je pense que ça fait du bien de temps en temps (surtout que ça a eu l'air de te plaire !) donc c'est un grand oui pour faire ce genre de vlog plus souvent ! Tu travailles tellement, c'est impressionnant, une vrai boss à seulement 22 ans mais tu as raison de prendre un week-end off pour profiter de ta famille, c'est aussi mega important et on comprend
GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS	28 février 2024	Honnêtement un de mes formats de vidéo préférés! Hyper inspirant du point de vue professionnel mais aussi perso 🤗

GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS	28 février 2024	Super ce format!!! trop agréable a regarder et les videos longues c'est top!! merci de nous avoir montrer ton quotidien et comment tu organises ta vie de jeune entrepreneuse <3
GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS	28 février 2024	J'ai adoré ce format !!! C'était trop bien de voir ton quotidien sans filtre, j'espère qu'on aura plus de vidéos comme ça 🥰. Quelle belle évolution, tu peux être fière de toi, je te suis depuis ton premier appart donc ça fait un moment haha.
GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS	28 février 2024	JADORE ce genre de contenu/vidéos !!!!! Plus plus plus on en veut ahahahah, merci pour ce partage Andie<3
GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS	28 février 2024	Coucou Andie, je me permets de réagir à ta vidéo. Tout d'abord merci de nous avoir partagé ton quotidien très rempli ! Dans l'ensemble j'ai bien aimé ta vidéo, mais je trouve ça vraiment dommage que tu ai loupé des super occasions de filmer des choses qui sorte de l'ordinaire comme par exemple la soirée Erborian en boite de nuit. Cela aurai été tellement une valeur ajouté à ta vidéo, un peu de rire, d'autres youtubeurs avec qui réagir, voir l'ambiance, les produits Erborian etc... De plus, ce n'est que mon point de vu, mais tu reçois une enorme valise de produit de la part de Sephora (je trouve ça vraiment abusé d'offrir autant à 1 seule personne bien que je pense que tu les donnes à tes proches) mais quand bien même cela est complètement disproportionner quand on sait que nous, client de chez Sephora Gold depuis des années on a même plus le droit a des echantillons en achetant pour des centaines d'euro... Personnellement cela crée une frustration et une incompréhension pour le spectateur de ta vidéo. Je suis la première à le ressentir... C'est vraiment déroutant tout ce que les marquent vous envoie gratuitement... enfin bref ça c'est la faute des marques. Mais tu nous montres cela donc tu es responsables aussi. Pourquoi pas faire un concours pour tenter de faire gagner cette valise ou bien des lots ? en fait c'est bizarre mais je trouve que tes concepts et chaine youtube regresse alors que tu sembles gagner de plus en plus d'argent ... franchement si tes prochaines vidéos c'est encore toi qui te fait un porridge ou un matcha je vais clairement me désabonné et arrêter de regarder tes vidéos .. c'est dommage car j'aimais beaucoup ta chaine
MORNING ROUTINE DE MILLIONAIRE (lol)	2 octobre 2024	Je te trouve hyper indécente pour les personnes qui te suivent et qui n'ont pas les moyens , tu es plus heureuses dans ta vie ? Évidemment que non on voit une femme qui n'a pas de valeur et principes juste déconnecter de la réalité
MORNING ROUTINE DE MILLIONAIRE (lol)	2 octobre 2024	C'est vraiment le meilleur concept de vidéo que tu as, c'est tellement captivant et au moins en regardant la vidéo tu t'ennuies pas quoi comparer à certain concept comme le meilleur sandwich de paris .
MORNING ROUTINE DE MILLIONAIRE (lol)	2 octobre 2024	Je commence à m'ennuyer de plus en plus devant tes vidéos parceque j'ai l'impression de voir h24 la même chose
MORNING ROUTINE DE MILLIONAIRE (lol)	2 octobre 2024	ça fai t trop du bien ce genre de vidéos c'est mes préférés!! et t'en fais pas pour le matcha meuf ça fait tellement partie de ta vie c'est NORMAL que t'en parles !!!!
MORNING ROUTINE DE MILLIONAIRE (lol)	2 octobre 2024	C'est le titre de trop Je me suis désabonné
NOTRE DINER DE NOEL !!	8 décembre 2024	Je vais pas faire un commentaire aussi constructif que certaines personnes on pu faire mais Andie n'écoute pas les gens vraiment la plupart ne supporte juste pas de te voir réussir ce que j'appelle des jaloux !

NOTRE DINER DE NOEL !!	8 décembre 2024	C'est la première fois que je laisse un commentaire sous une vidéo youtube, et je me sentais obligée. Je suis tellement étonnée par les commentaires négatifs « tu as changé », « fausse modestie », « pourquoi un dîner avec tous ces influenceurs? ». Mais bon sang soyez fiers d'elle et de tout son chemin parcouru qui est exemplaire et une motivation pour nombreux d'entre nous! La création d'une marque/entreprise prend ÉNORMÉMENT de temps mais à côté de ça elle prend le temps de se réinventer dans chacune de ses vidéos. Vous parlez d'influenceuses et de budget pharamineux pour une soirée. Mais QUI offre 3 voyages au Japon pour 2personnes? QUI prend le temps de téléphoner à chacun des gagnants? Alors oui Andie côtoie des grandes figures de l'influence, elle évolue dans son milieu, mais elle reste fidèle à elle-même et ses valeurs. Andie qui quelques semaines plus tôt était encore assise dans son dressing à trier ses produits de beauté pour faire plaisir a ses équipes et abonnés. Chacun est libre de penser comme bon lui semble, mais ne voyez pas le mal partout.. Alors merci Andie pour toutes cette energie et motivation à travers tes vidéos
NOTRE DINER DE NOEL !!	8 décembre 2024	J'adore ce genre de vidéos, on en veut plus des comme ça !
NOTRE DINER DE NOEL !!	8 décembre 2024	Je commente très rarement mais là c'était nécessaire ! donnnc : PURÉE, Andie tu fais un taf de ouf que ça soit du côté de Milia Matcha ou de ytb, t'es vidéos sont du miel à regarder, ta douceur, ta gentillesse, ta façon de parler ect c'est un pur bonheur à chaque fois que tu sors une vidéo ! La petite musique de fin est incroyable je m'en lasserai jamais ! 🥰Tu peux être tellement fière de toi ! Plein de bonheur et de réussite pour la suite ! 🌟
NOTRE DINER DE NOEL !!	8 décembre 2024	Ça fait 5 ou 6 vidéos que je n'arrive pas à dépasser les 5 minutes de visio tellement c'est complètement déconnecté. Elle a oublié qu'on la suivait justement pck elle était vraie rien de surdimensionné. Mais la ...
NOTRE DINER DE NOEL !!	8 décembre 2024	Je me rallie aux autres commentaires, alors oui c'est très beau, mais ça fait très bling bling et superficiel ce type de contenu. Sans parler des influenceurs invités... la moitié ont l'air d'être là que pour se montrer et gratter des cadeaux. Ca ne me correspond plus du tout et globalement je ne me reconnais même plus dans l'univers de la marque
NOTRE DINER DE NOEL !!	8 décembre 2024	Merci Andie pour toutes ces vidéos dans ce format en ce mois de novembre, j'ai adoré !! Et ne prête pas attention aux critiques que tu peux recevoir. Ton acharnement dans le travail et ton naturel sont ta réussite et tu peux en être fière :)
NOTRE DINER DE NOEL !!	8 décembre 2024	coucou, je commente rarement les vidéos, mais j'ai parcouru un peu les commentaire et je tenais à dire que c'est une très bonne idée d'inviter des abonnés aux événements si c'est possible pour les prochaines fois. Tu ferais un vrai lien entre toi, ta marque et tous ceux qui te suivent !! Par contre je trouve que certains commentaire oubliés qui est à l'origine de la marque, Andy a beaucoup travaillé sur ce projet, et n'a peut être pas eu envie pour le moment d'inclure d'autres personnes que son entourage (influenceur ou pas) ou, elle n'y a tout simplement pas pensée car ça ne fais que 1 an qu'elle a sa marque. Les projets et les façons de voir les choses peuvent évoluer, essayer de donner votre avis sans juger 💕 En tout cas je tiens à te féliciter pour ton travail, moi je trouve que même si ta marque prend beaucoup d'ampleur dans ta vie et au sein des vidéos, personnellement ton contenu reste toujours agréable à regarder. Bon

		courage pour la suite, pleins d'amour et de réussite à toi et à ton équipe ✨
NOTRE DINER DE NOEL !!	8 décembre 2024	Je pense qu'il faut systématiquement arrêter de dire que les gens qui ne se retrouvent plus dans son contenu sont jaloux. Je n'envie absolument pas la vie d'Andie, je suis très contente pour elle, elle a travaillé énormément pour arriver jusqu'à là, et si elle est heureuse de ce qu'elle a obtenu tant mieux pour elle, vraiment ! Cependant, je ne regarde plus les vidéos comme avant, ce style de vidéo avec des influenceurs ne m'intéresse tout simplement pas. Tout comme tout ce qui touche au 🍷 que je n'aime pas ou encore à l'entrepreneuriat ! Je ne suis juste plus la cible de son contenu et ce n'est pas grave. 😞
NOTRE DINER DE NOEL !!	8 décembre 2024	Andie (et Jérémie), les commentaires me font vraiment de la peine quand on sait tout le travail que vous fournissez JOUR ET NUIT pour Milia Matcha :(Vous avez bien le droit de célébrer de temps en temps et je pense que c'est normal, notamment dans le milieu de l'influence, de faire des événements comme ça. Une entreprise ne se résume souvent pas juste à vendre des produits et c'est tout, il y a toute la stratégie marketing derrière, de l'événementiel, des valeurs, du branding, ... Peut être que les gens ne s'en rendent pas compte parce que, pour beaucoup de marques, on ne sait presque rien sur qui est derrière et on ne voit pas forcément tout ces événements. Les gens ne sont jamais contents : quand tu loupes de poster une vidéo, quand tu en postes mais que c'est trop sur milia matcha, etc. Personnellement, j'adore ton nouveau contenu, plus axé sur l'entrepreneuriat, justement tu évolues et c'est ça qui est intéressant, motivant, et enrichissant :) Vous êtes tellement courageux de montrer tout l'envers du décor avec autant de transparence, et de fournir autant de travail. D'ailleurs, n'hésite pas à ralentir le rythme de vidéo si tu en ressens le besoin, ceux qui te soutiennent vraiment comprennent que c'est pour ton bien. On est pleins à vous soutenir 💕💕 Bisous à toi et Jérémie et on est super fiers de vous, vous méritez de célébrer !!
NOTRE DINER DE NOEL !!	8 décembre 2024	Je suis tellement heureuse pour Andie que je regardais bien avant qu'elle « perce », l'attachement que j'avais venait du fait qu'elle ressemblait à tout le monde, avec les pieds sur terre et très proche de sa communauté. Je savais qu'un jour elle percerait parce que c'est une bosseuse de malade et qu'elle le mérite mais je savais aussi qu'elle perdrait tout ce dont pourquoi je la suivais. Pour rien au monde je lui souhaiterai de retourner à sa vie d'avant. Je suis profondément heureuse mais ce n'est plus mon type de contenu... Ça a été exactement la même chose pour Lena, c'est tellement devenu l'opposé de ma vie que je n'arrivais plus à m'identifier et là c'est la même chose avec un degré différent puisque Andie a un plus conscience de la vie du commun des mortels ahaa. Mais je sais qu'elle perdra tout ça au fur et à mesure. Donc je suis extrêmement heureuse mais ça ne me ressemble plus du tout... Je lui souhaite tout le bonheur et la réussite du monde alors faites de même parce qu'elle le mérite mais évidemment vous pouvez ne plus aimer la tournure de la chaîne
NOTRE DINER DE NOEL !!	8 décembre 2024	Relance ta chaîne milia matcha à ce stade 😂😂 sa tourne que sur sa mtn c plus comme avant c dommage les ancienne vidéo manque 😞
NOTRE DINER DE NOEL !!	8 décembre 2024	Trop artificiel je me retrouve plus dans tes vidéos Andie désolée 😞

NOTRE DINER DE NOEL !!	8 décembre 2024	C'est grandiose. Est-ce qu'à l'avenir on peut espérer des vlog sans que tu parles de ton travail? Comme à l'ancienne finalement
NOTRE DINER DE NOEL !!	8 décembre 2024	Étant dans la communication, j'aime trop ce format de vidéo, le fait de voir l'envers du décor, l'organisation etc c'est hyper cool en plus c'est naturel ! J'espère que tu continueras ce format et les vidéos longues aussi de temps en temps 🥰🥰
NOTRE DINER DE NOEL !!	8 décembre 2024	Moi j'ai kiffé tu me divertie tous les dimanche et mercredi. Rien de choquant tu évolues et c'est bien. Tout ce qui critique s'il était invité n'aurait rien eu à dire s'il était présent. Continue comme ça tu seras au coté des grands comme Léna. Pour ton travail. 🥰🥰🥰
NOTRE DINER DE NOEL !!	8 décembre 2024	C'est désastreux et étonnant de voir que ce sont principalement des femmes qui critiquent Andie et sa réussite. Vous ne pouvez pas juste être contente et admirative de tout ce qu'elle entreprend ? Malgré le temps que lui prend son entreprise, elle continue de penser à sa communauté en postant 2 vidéos par semaine (qui ne sont pas que focus sur sa marque Milia) et surtout en offrant 3 voyages au Japon. Je ne connais pas beaucoup d'influenceur autant engagé qu'elle, donc si aujourd'hui vous n'aimez plus ce qu'elle propose, il y a un bouton se désabonner et ne regardez plus ses vidéos. C'était mon premier commentaire ever sur YouTube, mais les critiques c'est too much. Andie, you go girl! 🍷
NOTRE DINER DE NOEL !!	8 décembre 2024	N'écoute surtout pas les gens qui disent que c'est trop d'argent dépensé, que c'est hypocrite ou tout ce que j'ai pu lire! Je trouve plutôt ça très honnête de montrer l'envers du décors de manière aussi franche. C'est super c'est totalement le genre de vidéo qu'on adore voir et continue à nous faire des vidéos pour nous montrer l'envers du décors. Et les gens qui dise qu'il faut utiliser ce budget pour baisser les prix ne comprennent pas grand chose au commerce.. en tout cas j'ai adoré tes vidéos sur ce mois de novembre. Beaucoup de milia matcha oui mais enfaite c'est ta nouvelle vie de cheffe d'entreprise! Bravo à toi pour ces réussites 😊(je commente jamais de vidéo mais je me devais de te donner de la force après avoir lu ça!)
NOTRE DINER DE NOEL !!	8 décembre 2024	Les vidéos ou tu mangeais des glaces au fromage me manquent mdr
NOTRE DINER DE NOEL !!	8 décembre 2024	mais les gens qui se plaignent qu'elle parle trop de millia matcha ? les gars, c'est sa marque, elle est patronne, c'est son travail ? comment voulez-vous qu'elle vlog une journée ou 2 jours sans parler de ça puisqu'elle fait ça littéralement toute la journée et même les week-ends ? faut digérer que ça fait parti de sa vie maintenant, si ça vous plaît pas il vaudrait mieux se désabonner
NOTRE DINER DE NOEL !!	8 décembre 2024	Aaahhhh c'est bon je fais ma crise ! Je comprends que certains voient que le contenu change et n'aiment pas trop ça mais franchement... grandissez... ! C'est une marque. Comment une marque gagne en visibilité ? En faisant des publicités, et en fidélisant ! Et devinez quoi ? Un des moyens de parvenir à cet objectif, c'est de faire découvrir la marque à des influenceurs ! Et qu'on le veuille ou non les influenceurs sont devenus de vrais panneaux publicitaires à l'âge d'internet ! Je réagis car je vois des commentaires de ce style de plus en plus souvent, et que je ne commente pas (par paresse), mais je pense qu'il est important que tu saches Andie que certaines personnes (voir beaucoup) comprennent tes « moves », après ça n'empêche pas les critiques bien sûr... (parfois on n'aimerait une vidéo différente, un peu moins de si, plus de cela) mais

		franchement je suis satisfaite (car rare sont les youtubeurs qui en montrent et produisent autant et avec une telle de régularité !). Donc je pense que ce les gens essayent de te dire avec visiblement beaucoup de difficulté c'est : BRAVO ! Voilà 🥳
NOTRE DINER DE NOEL !!	8 décembre 2024	« J'ai jamais eu de cadeau comme ça à Noel » mais enfaite c'est toi qui choisis d'offrir ces cadeaux aux influenceurs. Puis bon ils reçoivent des cadeaux comme toi tu en reçois des marques. Tu montres les choses comme si c'était extraordinaire. Bien sure ça l'est pour toi, pour ta propre personnalité et ta réussite d'entrepreneuse en tant que jeune et je comprends ton excitation mais mais je ne trouve pas ça très modeste et humble. J'ai l'impression que tu ne fais pas la part entre la Andie de YouTube et la Andie entrepreneuse. Personnellement je prends de moins en moins de plaisir à te suivre à voir sans cesse Milia matcha sur ta chaîne. Ta chaîne est devenu de celle qui achète plein de trucs chers et surconsomme et de celle qui veut absolument montrer les choses super fancy qu'elle fait au nom de sa marque.
NOTRE DINER DE NOEL !!	8 décembre 2024	C'est devenue une chaine YTB Milia Matcha en fait 🥳
NOTRE DINER DE NOEL !!	8 décembre 2024	Trop cool je te suis depuis un moment et j'adore tes vidéos ! Tu es simple, naturel, belle et sans filtres. Tu es une super personne alors restes comme tu es ne changes jamais 🥳🥳 De plus j'aime beaucoup le concept de ta chaîne, je te souhaite d'être heureuse et d'avoir une belle vie 🥳(PS : Jeremy et toi vous me faites vraiment trop rire vous formez un très beau couple qui se complète 🥳 et merci et bravo à toute l'équipe Milia Matcha vous faites du travail fabuleux (on a trop tendance à oublier les personnes derrière tout ça))
JE VOUS REPONDS !	12 mars 2025	Pour la question sur le contenu répétitif, je suis totalement d'accord, si ce n'est pas Milia Matcha c'est le japon, si ce n'est pas le japon c'est son assistante si c'est pas ça alors c'est une vidéo rangement.. Donc bon il faut revoir les plannings
JE VOUS REPONDS !	12 mars 2025	10:07 (pour toute la partie liée à cette question) en fait je suis d'accord sur le fait que tu ne postes pas que du contenu milia matcha, mais quand on regarde sur les dernières vidéo par exemple, quand ce n'est pas Milia matcha ça reste un peu centré sur le Japon, sur ton assistante (même si on l'adore ♡) etc... D'ailleurs justement dans les titres tu ne dis pas son prénom mais "mon assistante", donc personnellement c'est vrai que ça donne l'impression que les vidéos sont beaucoup centrées sur l'entreprise (d'ailleurs j'ai vu la suite et je ne critique pas le fait que tu la nommes de cette manière mais juste que encore une fois ça peut faire penser à Milia Matcha). Mais malgré tout je suis très heureuse pour toi et si tu es heureuse des vidéos que tu fais alors tant mieux ! ❤️ Je regarde moins les vidéos qu'avant mais en tant que personne tu n'as pas changé (je trouve) et ça c'est bien
JE VOUS REPONDS !	12 mars 2025	j'ai adoré ta vidéo ! Je trouve ça bien de te suivre dans ta vie et de voir ton évolution, le fait de parler de milia matcha est un plus sur ta chaîne d'après moi. Merci de nous partager autant sur toi :) et j'adooore ton haut, il vient de quelle marque ?
JE VOUS REPONDS !	12 mars 2025	Moi j'adore tes vlogs mais aujourd'hui ta marque fait partie intégrante de ta vie, donc tout ton vlog tourne autour de ta marque et à force c'est vrai que ça peut faire beaucoup... Avant ta vie tournait autour d'autres choses, des choses plus simples ,plus variées et maintenant n'avoir quasi que du contenu autour de ça me donne moins envie de suivre toutes tes vidéos

JE VOUS REPONDS !	12 mars 2025	ça fait des années que je te suis et je te jure que j'adore regarder tes vidéos elles sont trop douces et ça peut importe le sujet !! C'est comment tu les mets en forme et t'as personnalité qui rends ça intéressant je verrais tjrs tes vidéos même avec des contenus très différents. C'est super normal que ton contenu change tu évolue aussi ! prends soin de toi
JE VOUS REPONDS !	12 mars 2025	C'est totalement ce que j'aime sur YouTube, que ce soit vrai, authentique et fluide pas des grosses prod où on dirait des films je suis pas fan et du coup j'adore ta chaîne peu importe ce que tu postes je regarde je passe un bon moment ❤️
JE VOUS REPONDS !	12 mars 2025	Pour le contenu vraiment fais ce que toi tu veux, même si c'est que des vlogs peu importe, ce qui rend une vidéo incroyable c'est pas obligatoirement le concept, un truc nouveau etc, c'est la personne qui l'a fait !! Tu peux faire ce que tu veux nous on aimeras toujours autant !! Looove continue tu dead
JE VOUS REPONDS !	12 mars 2025	Coucou Andie, franchement je te suis depuis des années maintenant tu es ma youtubeuse préférée et de loin, je fais partie de 10 000 premiers abonnés, je t'ai vu grandir évoluer et je suis tellement fière de ce que tu es devenu, personnellement j'adore toutes tes vidéos, je les vois dès leurs sortie et je suis toujours aux anges avec n'importe quel type de concept de vidéos, bien sûr je kiff les vlogs au bureau les dégustations etc mais c'est clair que parfois les autres concepts de vidéos anciennes me manquent, après il faut que tu fasses ce que tu aimes et on peut toujours aller regarder de nouveau les anciennes si jamais ! Voilà gros bisous ❤️
JE VOUS REPONDS !	12 mars 2025	Moi personnellement je trouve hyper intéressant tes contenu business
JE VOUS REPONDS !	12 mars 2025	Je regarde tes vidéos depuis si longtemps et j'adore toutes les sortes de contenus que tu sort. Mais stp ne me dis pas que tu ne va plus jamais sortir les vidéos ou tu test des choses ou de la nourriture ? Naaan. Mais malgré ça j'adore t'es vlogs etc..
JE VOUS REPONDS !	12 mars 2025	Merci pour cette vidéo ultra honnête sur tout ce que tu proposes et ce que tu fais ! Tu inspires beaucoup ! Reste comme tu es 🍷
JE VOUS REPONDS !	12 mars 2025	Je ne commente pas souvent mais c'est sur qu'il faut que tu t'écoutes. On grandit et forcément nos centres d'intérêts aussi. La partie business est très intéressante, ne t'inquiètes pas
JE VOUS REPONDS !	12 mars 2025	Je te suis depuis ton premier appart, je ne loupe pas une vidéo et s'il fallait choisir plus qu'une youtubeuse à regarder ce serait toi!!! Tu n'as jamais changé la personne que tu es malgré ton expansion et ça ça n'a pas de prix 🍷🍷
JE VOUS REPONDS !	12 mars 2025	C'est grâce aux contenus « business » que j'ai commencé à aimer tes vidéos et à découvrir davantage ta personnalité ! Personnellement j'adore
JE VOUS REPONDS !	12 mars 2025	Perso je suis ton contenu et je trouve pas que c'est redondant ou autre tu parles pas non plus hyper souvent de ta marque . Donc ne te sens pas coupable t'en parles vraiment pas tant que ça
JE VOUS REPONDS !	12 mars 2025	Ne change rien ! Ta chaîne mélange pleins de styles de vidéos et c'est ça qui est bien , concept vlog vidéo plus travaillée , c'est ça qui fait la force de ta chaîne YouTube , ton authenticité et ta capacité à faire de n'importe quel sujet une vidéo chouette à regarder ! Bisssssous
JE VOUS REPONDS !	12 mars 2025	sache que peu importe la vidéo, moi je te suis pour toi, ta personnalité, donc que ce soit + des vlogs entrepreneuriat ou des dégustations, ou juste t'écouter parler et répondre à des commentaires, j'aimerais, parce que c'est toi :))

JE VOUS REPONDS !	12 mars 2025	Pour moi tu grandis simplement et les gens doivent l'accepter. Tes vidéos entrepreneuriales sont super intéressantes! Continue et surtout prends soin de toi !
JE VOUS REPONDS !	12 mars 2025	Salut Andie Je voulais te dire que j'adore tes videos qui concerne Millia Matcha C'est vraiment trop bien c'est super interessant de voir les blackstage Dans tous les cas c'est ta chaine donc il faut que tu fasse ce que tu veux sans que tu fasse a l'avis des autres
JE VOUS REPONDS !	12 mars 2025	Les gens se plaignent constamment de ton contenu un moment donné, ce n'est plus pour eux et tant pis ! Justement tu restes authentique de faire ce que toi tu aimes, et le public à qui ça intéresse regarde 🍷
JE VOUS REPONDS !	12 mars 2025	Merci Andie pour tes vidéos que je trouve toujours très intéressantes et super sympa 🍷 surtout ne culpabilise pas si les gens ne sont pas contents ils vont ailleurs...ne change rien tu es super et bravo pour tout le travail que tu accomplis 🍷 Je t'écoute en marchant, en cuisinant et franchement j'adore 😊
JE VOUS REPONDS !	12 mars 2025	Ça faisait longtemps ce genre de format de vidéo, ça nous avait manqué ! 😊
JE VOUS REPONDS !	12 mars 2025	Moi je suis juste émue, très émue de te voir grandir et t'accomplir. Je vois en toi beaucoup d'humilité, et de pudeur. j'aime beaucoup l'énergie que tu dégages, ta bonne foi et bonne volonté. Je te suis depuis le touuuuuuuut début, et j'ai vécu avec toi chaque étape de ta vie, et te voir t'accomplir comme ça me rend fière !! Tu es une bosseuse, et une personne en or. Je te connais pas personnellement mais ça se voit que tu es TOI, tu es VRAI. et gros coeur sur votre couple qui est SAIN !! et ça se voit. Bref, gros bisouuus, et petite question, est ce que tu as des vlogs voyage qui reviennent ? vu que j'ai compris que tu passais 2 mois hors Paris et hors japon !
JE VOUS REPONDS !	12 mars 2025	Ahhhh trop bien une vidéo a l'ancienne ❤️
JE VOUS REPONDS !	12 mars 2025	On adore les vlogs !!! Continue vraiment le contenu naturel c'est trop bien jadore jadore jadore
JE VOUS REPONDS !	12 mars 2025	Mais c'est dingue dans chacune de tes vidéos, tu ramènes tout à : je travaille trop, vous ne vous rendez pas compte de ma vie c'est trop dur... T'es entrain de devenir une pick me dommage
JE VOUS REPONDS !	12 mars 2025	Okay t'as fait ton entreprise c'est super on est content pour toi, okay ça prend prend de la place dans ta vie mais j'ai l'impression que plus tu nous partage ta vie d'entrepreneuse moins je prend à regarder tes vidéos, c'est pas méchant hein
JE VOUS REPONDS !	12 mars 2025	En tout cas moi j'adore tes vidéos, j'adore tes concepts encore plus tes nouveaux concepts, tu as bien fait de t'écouter car vraiment c'est incroyable ce que tu fais, j'adore regarder tes vidéos, tri et rangement j'adore regarder tes Vlogs Bon j'adore regarder toutes tes vidéos tu es un rayon de soleil. Merci pour tes vidéos incroyables.
JE VOUS REPONDS !	12 mars 2025	Je crois que c'est mes videos préférées tes vlogs sur une semaine, c'est à la fois divertissant et surtout inspirant de pouvoir te suivre dans ta vie d'entrepreneuse
NOTRE VIE SANS FILTRE	23 avril 2025	je trouve ça ouf comment c'est facile de faire acheter aux gens ce qu'il n'ont pas besoin mdr genre du matcha qui n'est pas du matcha hahaha ça me tue. Cette meuf a tout compris mdr
NOTRE VIE SANS FILTRE	23 avril 2025	Je vais parler en tant qu'acheteuse de la marque, personnellement j'ai perdu foi en Millia Matcha depuis quelques semaines... déjà vis-à-vis du

		pricing, et encore plus en suivant les différentes vidéos depuis la sortie de la marque. Grosse sensation de mettre son argent dans un bon 75% pub, depuis quelques mois on surfe sur des events à pertes (tout le monde sait que faire un pop up c'est avant tout pour se faire connaître, personne ne sort "gagnant" financièrement d'un projet comme celui ci et encore moins au regard de l'envergure de ce dernier), et du marketing centré sur une image de marque. J'aspirais à un développement autour des petits producteurs, de la qualité, du savoir-faire, au lieu de ça plus les mois passent plus Millia "dénature" le produit, je me suis complètement détourné du projet alors qu'à la base je te suis depuis des années et j'ai toujours soutenu Millia (acheteuse comme je le disais). Au lieu de travailler à rendre ton produit plus accessible tu dépenses des centaines de milliers dans des événements éphémères, sachant que ton produit gagnerait tellement à être plus abordable pour augmenter tes ventes, gagner de nouveaux clients, plutôt que de développer ton marketing ainsi. Et même, pour tes acheteurs qui te soutiennent depuis des années, l'image que ça renvoie au niveau de la gestion de la marque je pense que c'est pas terrible ; Bref, je suis déçue des campagnes et de l'évolution de ta marque, j'avais besoin d'exprimer mon ressenti. Bravo toutefois Andie pour le projet et j'espère que mon message sera compris <3
NOTRE VIE SANS FILTRE	23 avril 2025	Je trouve que depuis un moment, les vlogs deviennent un peu répétitifs : milia matcha, essayage ou tri/rangement. Le titre disait "notre vie sans filtre", ça aurait plutôt dû être lancement matcha blanc et pop up tournée au final. Je trouvais les concepts de vidéo plus sympas avant !
NOTRE VIE SANS FILTRE	23 avril 2025	J'espère sincèrement que tu vas bien avec tout ce qui s'est passé... Personne, je dis bien PERSONNE ne devrait se faire harceler comme ce que tu as vécu. Les gens ne se rendent pas compte (j'espère) de l'ampleur de la haine concentrée sur une seule personne
J'OUVRE MON CAFE A SEOUL !	12 mai 2025	Félicitation mais je casse l'ambiance, a quand les vidéos qu'on kiffait tous de base où tu faisais "je mange ce que je veux, à paris, en Corée etc..."! Nous c'est çaaa qu'on veut 😊
J'OUVRE MON CAFE A SEOUL !	12 mai 2025	On est passé de deux vidéos par semaine à une vidéo toutes les 2 semaines, quand même !!!
J'OUVRE MON CAFE A SEOUL !	12 mai 2025	si poster sur youtube ça devient une corvée il faut le dire mais pas dire en fin de vidéo "à mercredi " a chaque fois :(
J'OUVRE MON CAFE A SEOUL !	12 mai 2025	Enfaite maintenant c'est 1 vidéo toutes les 2 semaines ? Elle se fout un peu de nous non
J'OUVRE MON CAFE A SEOUL !	12 mai 2025	Des vidéos comme ça, qui montre un très bel accomplissement, trop fière de toi !!!
J'OUVRE MON CAFE A SEOUL !	12 mai 2025	On est passé de 2 vidéos par semaine à 1 toutes les deux semaines au début c'était « exceptionnel » mais ça l'est plus trop là, c'est dommage
J'OUVRE MON CAFE A SEOUL !	12 mai 2025	Donc la on a plus de vidéos, les prochaines qui viendront seront portées uniquement sur ta marque/tes pop-up ou des dégustations. Je comprends que ta marque passe avant youtube mais c'est dommage de délaisser le réseau qui a construit ton succès
J'OUVRE MON CAFE A SEOUL !	12 mai 2025	Je sais pas vous mais avant je regardais énorme cette chaîne toutes les vidéos 2 fois par semaine depuis son demanagemét de son rez de chaussée à Versailles mais depuis qlq mois je trouve ça moins intéressant presque uniquement basé sur sa marque ou un renouvelâtes des concepts. J'ai du mal à trouver une âme dans ses vidéos enft

J'OUVRE MON CAFE A SEOUL !	12 mai 2025	Infecte avec son mec, toujours autoritaire, des remarques desobligeantes...le gars prend un sac de sa marque, elle tout de suite : fais gaffe de pas les abimer ! Insupportable, il sst temps de redescendre...
J'OUVRE MON CAFE A SEOUL !	12 mai 2025	Encore une fois tu peux etre fier de toi et Jeremy quelle evolution je te suis depuis tes debuts surtout ne change pas tu es genial petillante sincere et cest ce qu'on aime bravo jespere un jour en belgique ❤️
J'OUVRE MON CAFE A SEOUL !	12 mai 2025	J'ai adoré cette vidéo ! Je suis tellement heureuse de voire que ta marque fonctionne aussi bien et te reflètes, vraiment bravo ! 🥰
maintenant vous savez tout	25 juin 2025	Cette prise de parole était nécessaire ! Tout est très clairement justifié, nous qui te connaissons depuis plusieurs années aimons ton contenu et son évolution, comprenant Milia Matcha, les sponso, les vlogs, Jérémie, tout ! On change tous, c'est tellement hypocrite de te reprocher de ne plus faire le même contenu qu'en 2018... c'est comme te reprocher d'avoir réussi, ça n'a pas de sens. Continue à rester comme tu es, naturelle, authentique, dans le partage, sans filtre, et sens toi libre de nous montrer tout ce que tu as envie, que ce soit sur YouTube ou sur les autres réseaux. Les gens haineux et envieux partiront d'eux même... Les commentaires YouTube maintenant on se croirait sur X, c'est tellement dût et la plupart du temps ce sont des gens qui ne regardent pas les vidéos entièrement et qui suivent la chaîne depuis quelques mois seulement... Courage Andie
maintenant vous savez tout	25 juin 2025	Petit message de ta communauté silencieuse: La police d'Internet aura toujours quelque chose à te reprocher quoi que tu fasses alors continue de faire le contenu qui te plaît et les personnes qui te suivent sincèrement pour ta personnalité seront toujours là.
maintenant vous savez tout	25 juin 2025	Je fais partie des abonnées silencieuses depuis des années, depuis le petit appart jusqu'à maintenant. Ne te bride surtout pas Andie !! Je n'aime pas le matcha & je n'ai aucun attrait pour l'Asie, mais ton contenu me plaît toujours ! On évolue tous, c'est le principe de la vie & avec tes vidéos, on suit ton évolution. Tes vidéos sur l'entreprenariat, les explications sur le matcha et sur l'Asie, la préparation des pop-up, etc., sont à l'opposé total de ma vie mais tu expliques hyper bien & la façon dont tu parles des choses fait que c'est hyper interessant ! Ce n'est pas parce que une partie des gens n'ont aucune curiosité ou aucun intérêt pour ce que tu aimes filmer, expliquer, etc., que tu dois te brider. Pourquoi regarder une vidéo si cela ne les intéresse pas ? Il y a assez de contenu sur YT pour ne pas se forcer à regarder une vidéo. Ne te limite surtout pas !
maintenant vous savez tout	25 juin 2025	Je fais aussi partie de ces abonnées de l'ombre, qui te suivent depuis des années sans jamais commenter... mais aujourd'hui, j'en ressens le besoin. Ton contenu se démarque vraiment parce qu'il est sincère, inspirant, et profondément authentique. Tu fais les choses avec passion, et ça se ressent. Continue à créer pour toi, à faire ce qui te plaît, ce qui te fait du bien. C'est ce qui te rend si unique. Ne laisse pas les critiques gratuites t'atteindre, elles ne reflètent en rien la valeur de ton travail ni la belle personne que tu es. On est nombreux à te suivre pour cette justesse, cette humanité, et cette honnêteté que tu partages avec nous depuis toutes ces années.
maintenant vous savez tout	25 juin 2025	Andie n'oublie surtout pas que c'est TA chaîne tu fais absolument ce que tu veux et tu le fais pour toi pas pour les autres. Quand je venais de te rencontrer sur YouTube tu faisais ça par passion pour toi et que maintenant les commentaires haineux te mette des doutes sur ce que tu dois poster cela m'énervé. Ne change rien et je pense que faire cette prise de parole était nécessaire après tout les dramas que tu peut avoir.

maintenant vous savez tout	25 juin 2025	Je pense que tu devrais continuer à faire ce que tu aimes ne perds pas ton authenticité pour des commentaires de personnes qui n'aiment pas ton contenu. Tu as évolué dans ta vie, tu es en chemin pour atteindre tes projets alors ton quotidien lui aussi change . Et ceux qui n'apprécient pas cela sont bloquer en 2013 et ne veulent simplement pas te voir évoluer. Peu importe ce que tu partages, que ce soit vlog, relooking, millia matcha, les vidéos où tu goutes des produits etc, tu auras toujours une communauté qui te suivras pour ce que tu fais 💖
maintenant vous savez tout	25 juin 2025	Hello en tant que abonnés depuis plusieurs années honnêtement je te suis pour le côté entrepreneur et en effet ton côté où tu as ta boîte ton chéri et une vie en dehors de l'influence donc j'apprécie quand tu es plus authentique. Pareil avec Jérémie la relation fait pas superficiel et j'en ai marre que on attrape vos vestes alors que vous êtes juste un couple normal et pas un couple sous caméra quoi !
maintenant vous savez tout	25 juin 2025	Andie fait du contenu que tu aime qui te plaît ,les gens a qui ça ne plaira pas ce n'est pas grave le plus important c'est que tu te plaît dans ton travail ,ton contenu .moi personnellement j'aime toutes les videos que tu fait n'importe qu'elle contenu
maintenant vous savez tout	25 juin 2025	Andie j'adore tes vidéos aujourd'hui comme celles que tu faisais avant, et tes vidéos où tu film ton quotidien c'est les meilleurs! En tout cas ça me mets de bonne humeur et tu me motives pour mes journées de travail! 🐼
maintenant vous savez tout	25 juin 2025	Je te suis depuis des années et c'est normal que ton contenu suive ton évolution, fais ce qui te plaît parce que ça se sens ! Merci pour toutes ces années et les prochaines
maintenant vous savez tout	25 juin 2025	Je commente très peu les vidéos des youtubeurs, mais honnêtement Andie fais ce que tu aimes. Ton contenu est très bien actuellement, le fait que tu aies créer une marque aussi jeune est si inspirant. C'est très intéressant de voir comment tu gères, ne t'arrête jamais de partager ce type de contenu. Je te donne beaucoup de courage pour tous ces blaireaux qui ne comprennent pas qu'on évolue en grandissant. Ton contenu te correspond et il est inspirant ne t'excuse jamais pour ça vraiment
maintenant vous savez tout	25 juin 2025	surtout faut pas oublier que la plupart des gens qui te disent superficielle , ils auraient les mêmes opportunités que toi jsuis pas sûr qu'ils soient aussi éthiques que toi
maintenant vous savez tout	25 juin 2025	Je te suis depuis 3/4ans et je ne trouve absolument pas que ta personnalité à changer dans tes vidéos. Oui ton type de contenu à changer mais si certaines personnes ne s'y retrouve et ben qu'ils PARTENT ?? Je ne comprends pas le principe de critiquer, si ça ne te plaît pas, tu ne regardes pas c'est tout. Personnellement, J'ADORE tes vidéos, j'adore quand tu parles de Milia Matcha, j'adore quand tu te confies et que tu parles de ce qui ne va pas forcément Je comprends totalement que toutes ces remarques t'impacte sur ta manière de faire tes vidéos, j'espère sincèrement que ces remarques vont s'arrêter. Nous on t'adore Andie, je me retrouve beaucoup en toi et dans ta personnalité. Tu vis et fais des choses incroyable, continue de le partager 💖
maintenant vous savez tout	25 juin 2025	-t as une communauté jeune qui te suis depuis longtemps...celle ci n a pas évolué comme toi...elle a la nostalgie de tes videos nia nia..toi t'es sur une autre histoire...pour ma part je te comprends....mais les clés du succès..est dans l'empathie...et l'intelligence émotionnelle...
maintenant vous savez tout	25 juin 2025	Je ne commente jamais, mais je trouve ça super d'ouvrir la parole sur ce que tu penses vis à vis de tes vidéos et des mauvais commentaires. D'autant plus que te voir avec d'autres youtubeurs c est super aussi , de voir des vlogs croisés et de te voir prendre plus de temps pour toi en

		dehors de ton travail! Continues en tout cas tout ce que tu juges bon de faire car c'est ce qui fait que nous continuons d regarder, voir une jeune femme entreprenante qui n'a eu besoin de personne pour lui dire quoi faire et comment
--	--	---

9.2.2. Corpus brut Maghla

Nom de la vidéo	Date de sortie de la vidéo	Commentaire
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	INCROYABLE !!! Merci beaucoup ça va être trop bien, j'ai très hâte de voir, déjà que j'adore les flippe et les sip (surtout avec Mastu c'est trop drôle)
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Les gens qui dramatisent dans les com , tout va bien chez vous ? Je comprends que cela puisse faire débat mais abusé pas mdr
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Il est juste de se demander quel mérite Maghla a en commercialisant un livre contenant des histoires qui ne lui appartiennent pas. Seulement ce n'est pas juste d'omettre le fait qu'un livre comme celui-ci est un concept original. Elle a donc d'une part le mérite d'avoir adapté les "gossip" sous un autre format et de plus qui n'aurait sûrement pas eu la même visibilité que s'il s'agissait d'un anonyme ayant fait la même chose. Effectivement ces podcasts fonctionnent et c'est je trouve une bonne idée que de se "diversifier". Cela a donc à mon sens le mérite d'être bien accueilli. Maintenant, pour aller davantage dans le sens des personnes critiquant négativement cette annonce, je pense aux personnes ayant partagé leur histoire qui l'ont fait dans le but de se retrouver spécifiquement dans le podcast. Il serait donc juste d'avoir le consentement des rédacteurs pour que leur histoire apparaisse également dans un livre. Pour conclure, je pense qu'il est bon de rappeler que les podcasts "sip & gossip" qui comportent les histoires de sa communauté, sont déjà probablement monétisés, la seule chose qui change c'est le format ! De plus, il est possible que Maghla se soit entretenue avec les auteurs des histoires qui sont ok avec cela... C'est attristant de voir comment certains sautent sur l'occasion pour descendre quelqu'un qui innove, au lieu d'être heureux pour celle-ci et de simplement questionner cette dernière sur la moralité de ce projet sans en profiter pour juger cette personne.
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	C'est quand même une singerie parce que quand c'était un certain Squeezie qui commercialisait une BD avec le même concept, il s'était pas pris une sauce pour autant. Est-ce qu'on serait pas encore une fois sur une sauce purement misogyne ?
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	On n'achetara pas ton produit médiocre de youtuber !
Ma plus grande	17/02/26	J'aime trop l'idéeeeee

annonce (JE SORS MA BD !!)		
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	je comprends pas le fond de l'attaque honnêtement, quand fred a sorti les dvd jdg, personne est venu lui casser les couilles en disant que c'était des vidéo youtube en l'occurrence ici le pari, c'est d'avoir des d'histoires originales avec en plus une production value d'un beau livre avec des bonus et des goodies, ca me semble assez worth honnêtement sans compter que ceux qui disent que ca monétise les histoires, c'est écrit que c'est des originales écrites avec celui qui fait les livres de bob lennon notamment donc je vois pas le rapport avec le plagiat des histoires de base c'est un livre inspiré de l'émission, c'est pas un livre financé par les histoires des gens je vois alors pas l'intérêt d'être une merde en inventant un problème qui existe pas et qui essaie de faire passer le livre pour ce qu'il est pas
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Ça y est, j'attendais que ça vienne maghla est devenu mainstream
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Mais les gens qui critiquent, vous critiquez ceux qui produisent des films ?? Non mais vous savez c'est quoi PRODUIRE dequoi 🤔 franchement quand une femme est populaire vous perdez votre tête
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	J'ai l'impression que beaucoup ne se rendent même pas compte de ce qu'est le youtube game aujourd'hui. Maghla c'est juste une égypte en soit, sur toutes ses vidéos y'a des gens derrière, toute une équipe. Et ça choque personne. Alors pourquoi la pour une BD ça choque ? C'est juste une continuité
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Je me doute qu'on verra pas mon commentaire mais à tous les gens qui se plaignent, vraiment c'est SON concept depuis plusieurs années, elle est productrice de la BD puis vous pensez qu'ils l'ont dessinée eux même squeeze ou inox? Ou genre c'est mister V qui prépare ses pizzas ou squeeze son ciao kombucha? Bref donc oui c'est SON projet
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Hâte de la dinguerie qui vas sortir. ❤️🍷🍷 Et pour toute les personnes qui critiquent on as pas besoin de votre avis. Merci pour se beaux projets
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Ca préfère la thune à ça communauté 🍷 opportuniste de merrrrde
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Franchement les gens qui critique je vous comprends pas C'est son concept depuis des années elle en fait des vidéos et des lives. C'est sur cette BD c'est pas elle qui l'a écrite mais elle a mit de l'argent et du temps pour commercialiser vos histoires .
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	J'écris ce commentaire pour une seule raison : inviter les gens à réfléchir un peu avant de parler. Je ne cherche pas à défendre Maghla, et encore moins à justifier les polémiques à son sujet. Mais je ne comprends pas pourquoi autant de personnes s'acharnent contre elle. Elle a clairement expliqué avoir travaillé pendant un an sur ce projet avec une équipe formidable. Évidemment qu'il y a

		une équipe derrière tout ça ! Elle ne s'est pas levée un matin en décidant d'écrire un scénario et de dessiner seule une bande dessinée. Ce genre de projet demande du temps, des compétences variées et une collaboration. Cela fait maintenant deux ans que ses vidéos Sip and Gossip, ainsi que leur version horreur, sont publiées sur sa chaîne YouTube. Certes, le concept d'inviter des personnes à raconter des anecdotes existait déjà, mais elle a su se démarquer, imposer son univers et construire une véritable communauté autour de cette série. Si les gens ont continué à regarder, c'est bien parce que le format leur plaisait. Lorsqu'on parvient à fédérer une communauté solide, il devient possible de développer des projets plus ambitieux. On l'a vu par exemple avec Squeezie et sa marque Ciao Kombucha, qui a rencontré un grand succès, ou encore avec le manga d'Inoxtag. Certains projets fonctionnent très bien, d'autres moins, et c'est normal. L'important reste l'investissement, le travail et la passion mis dedans. Peut-être que certains estiment qu'elle n'a pas travaillé autant qu'ils l'auraient souhaité sur ce produit. Mais on ne sort pas tous les jours une BD, un manga, une boisson, un roman ou n'importe quel autre projet à son nom. Si elle peut aujourd'hui se le permettre, c'est parce que sa série a toujours plu jusqu'à présent. Et lorsqu'un projet fonctionne et rassemble, il est naturel d'avoir envie d'aller plus loin. Évidemment, vous avez tout à fait le droit de ne pas être emballés par son projet, c'est votre liberté. Mais restons respectueux et essayons d'être un peu plus unis dans ce monde.
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	CES PAS TON PROJET TA RIEN FOUTUE DEDANS CES UN PROJET DE TON AGENCE QUI FOUS TON NOM DESSUS POUR VENDRE AU GAMINES QUI TE SUIVENT FUIEZ CE PROJET OU FAITE VOUS ARNAQUER MAIS CES UNE MYTHO CETTE TURBO GAUCHISTE
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Les gens vous puez le seum dans votre vie, sincèrement en 2026 y'a beaucoup plus important sur lequel se prendre le chou, franchement passez votre chemin et continuer vos vies avec un focus sur des choses + primordiales que de lyncher une personne juste parce qu'elle a une communauté avec laquelle elle fait littéralement son taff.
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Super contente pour toi ! C'est un beau projet qui a dû te demander beaucoup de travail, tu peux être fière de toi
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	N'écoute pas les autres moi je trouve que c'est un super progé donc ci ça te fais kiffé c'est cool ,en plus la plus par de ce qui critiquent ne pourrai même pas faire ça
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Les gens qui disent que elle a juste signé c'est vraiment n'importe quoi vous vous rendez pas compte du travail derrière et en plus vous avez rien dit pour Inoxtag bizarrement
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Mais c'est une dinguerie, j'ai trop hâte 🤪🤪🤪 ! Bravo à toi Maghla 🥰 !!! Et vivent les Chipies 🥰
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Oh waw j'attendais tellement je vais en acheter pour toute ma famille c'est faux !

SORS MA BD !!)		
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Mais enfin je ne comprends pas les commentaires. Maghla a toujours monétisé vos histoires sur Youtube et Twitch et personne ne s'en plaignait. Le pire dans tout ça est que vous avez accepté qu'elle les ajoute à son livre (faut lire les conditions les gars). Donc il n'y a aucune raison de se plaindre, non elle n'a ni écrit ni dessiné les histoires du livre mais elle a vos autorisations pour les publier. En fait, c'est exactement la même chose pour la BD Instinct mais ça ne dérange personne cette fois-ci. Si sa BD ne vous plait pas, vous ne l'achetez pas et continuez de regarder les vidéos gratuitement, personne ne vous met le couteau sous la gorge pour l'acheter
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Maghla, dis-nous en plus par ce que là on comprend pas : les dessins ne sont jamais les mêmes sur chaque page, est-ce que ce sont différents dessinateurs que tu met en avant ? Est-ce que ce sont leurs histoires imaginées ou réelles ? Ou est-ce un copié-collé des histoires que la communauté envoie GRATUITEMENT que tu vend à la même communauté alors qu'il y a déjà des vidéos et un podcast qui te monétise sur le label ? Que ces histoires ont déjà été racontées ou pas, le second cas est vraiment décevant de mon point de vue. Bref dis nous en plus, on ne comprend pas bien et on aimerait savoir exactement ce que tu vend là.
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	INCROYABLE BRAVO TRÈS BEAU PROJET
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	J'adore l'idée incroyable trop hate que ça sorte!
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	À partir du moment où vos histoires sont racontées sur les réseaux vous pouvez vous attendre que certaines personnes les reprennent. Et vous critiquez la bande dessinée qui est faite par des artistes qui vont être mises en avant justement grâce à ce projet. Au moins la bande dessinée sera qualitative avec son propre style. Et il y a d'autres produits super intéressants avec comme inspiration l'art nouveau. C'est un très beau projet qui reprend les thématiques des sip and gossip/flip
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Je ne comprends pas les gens qui disent ouais mais elle a juste signé et alors moi je trouve que c'est juste incroyable c'est la meilleure idée de l'année et je pense que Maghla n'a pas juste signé mais qu'elle a travaillé avec d'autres personnes. ps: je t'adore Maghla
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	C'est fou le drama que les gens font, je vous rappelle que même si elle a pas écrit ni dessiné sans elle y'a pas de bd en fait vous croyez c'est qui qui a payé ?
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Merci beaucoup pour ton projet maghla tu y a mis du tien en y mettant ton cœur et ton amour pour nous, tu as voulu bien faire les choses avec des illustratrices de qualités et du personnel compétent alors que tu aurais pu bâcler le projet mais non tu es forte et tu t'es investi à ton sens, j'ose le dire si tu as pris à part du bonheur à faire ce projet alors je partage tout autant que toi celui-ci

Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Merci, moi j'ai commandé perso. Je me fiche que ce soit pas tes histoires tes dessins ou autre. Les vidéos sip and Gossip sont tellement cool et font tellement du bien. C'est ton idée de concept et moi je trouve cool tu l'ai mis en BD. Force à toi. Merci d'être toi
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Je regarde pas spécialement maghla mais les commentaires je trouve vous abusez de fou c'est littéralement le concept des sip & gossip JSP quoi en livre et vous faites les choquer alors que pourtant en vidéo vous aimez ? Vous êtes bizarre mdr
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Pourquoi il y a que des gens qui critiquent sur rien juste parce que c'est une meuf vous avez rien à faire d'autres que critiquer. C'est la goatt vous êtes juste jaloux
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Tout le monde parle du non taf de maghla... Mais à voir les extraits, c'est surtout la nullité abyssale des bds qui fait peur
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	En fait c'est le même délire que le site VDM à l'époque. Les gens écrivaient leurs anecdotes de vie de merde et une fois qu'il y en avait assez, un livre est sorti. C'est le même principe là, dans le genre feignasse et crevard c'est fort.
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Ceux qui la critique vous êtes juste des gros imbéciles parce que en attendant si vous m'étais des commentaires sous ces vidéos sa lui ramène aussi de l'argent alors vous êtes bête si vous l'aimez pas bas venait pas faire sa regarder pas si c'est sa point j'en peux plus moi maghla a subi tellement d'injustice je veux pas que son projet flop a cause de vous alors barrer vous mrd
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Le fameux projet où t'as rien fait à part donner ton image, n'oublie jamais que t'as percé grâce à tes pote de twitch sans ça tu seras encore une Noname sans talent T'es juste un panneau publicitaire.
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	On aimerait bien avoir les infos quant à ton éditeur, sans parler des infos sur la production (genre, c'est produit en France ? parce que c'est vraiment chère pour une bd)
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Des gens soutiennent cette merde 🤔🤔🤔
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	J'adore Maghla hein mais c'est ultra décevant. Je sais pas qui lui a conseillé de faire ça mais c'est vraiment pas une bonne idée. Je pense ne plus regarder aucun contenu de sa part pendant un moment. J'ai pas envie de cautionner ce genre de pratique.
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	En gros, elle ne va pas gérer le découpage, le dessin, l'histoire, l'édition. Mais c'est son plus gros projet PTDR

SORS MA BD !!)		
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Elle aurait juste dû faire les bougies le thé et les tasses avec pourquoi pas une paire de pantoufles.. la Bd est en trop.. mais on l'aime quand même notre Maghla
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Le pire c'est que ça va marcher pour être une bonne " chipie " ça va bien raquer
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	OMGGGGG J'ACHÈTE TT DE SUITEE LE GROS PACK
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Domage... Aucun intérêt. On préfère les sip and gossip normaux
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Bande d'abrutis, qui a eu l'idée du concepte? Qui a eu l'idée de la BD? Qui est l'acteur principal des lives de MAGHLA? Et bah c'est MAGHLA justement. Oui les monteurs illustrateurs directeurs ect sont très importants voir nécessaire mais sans maghla y aurai pas de video ou concepte du tout, en plus elle paye et recrute ces illustrateurs directeurs monteurs ect et elle demande l'accord avant de raconter/faire illustrer les histoires Oui forcément elle a pas tout fait toute seule, mais au cas où vous l'avez oublié maghla est youtubeuse/streameuse, pas illustratrice/autrice
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Ah ouai "ton" fameux gros projet ou t'a absolument rien fait, on dirait inox avec son manga tiens
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Non pour la défendre, je suis entièrement d'accord que se faire de l'argent sur l'histoire de ses abonnés y'a vraiment rien de bien créatifs, ni glorieux dedans, elle ne crée même pas le contenu. Je pense qu'elle vient de se mettre dans une belle sauce ... Par contre, ce que les gens ne comprennent pas, c'est que Maghla au-delà d'une personne c'est aussi une marque. Et elle fait comme les grandes marques, elle délègue la fabrication de son produit à une Team qualifiée. Quand Apple créer un produit, est-ce qu'on retient le nom de toutes les personnes qui l'ont crée ? Non. On ne retient que la marque. Bah ... là c'est pareil, le seul soucis c'est plutôt est-ce qu'elle est légitime à sortir une BD, alors que ça n'a rien à voir avec son ADN de marque ? Perso, je l'ai jamais vu parler de BD de sa vie. Elle profite juste du format qui plaît à sa cible. On entre typiquement dans une stratégie de merchandising. Là où je suis déçue de Maghla, c'est qu'une communauté achète un produit dérivé parce qu'il recherche de la proximité, et veut en découvrir plus sur sa créativité personnelle. Ici, rien ne vient d'elle même pas les histoires. C'est bien dommage :x
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Oh la culture du vide à son paroxysme. Vos influenceurs préférés pourraient vous vendre leur déjections en boîte que vous pourriez crier au génie. C'est dingue ce

SORS MA BD !!)		nivellement par le bas de la société. Heureusement qu'il y a quelques coms qui mettent en exergue la médiocrité du projet et de la démarche.
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Je comprends pas cette vague de polémique dans les commentaires. Oui, c'est du merchandising, comme il y en a partout, et pour toute marque (pas que chez les influenceurs d'ailleurs). Rien n'oblige à acheter, et je trouve le projet bien plus sympa que des simples t-shirts ou mugs personnalisés. Personne ne peut présumer de son implication dans le projet. Si certains se contentent de vendre leur nom sur du prefab, d'autres s'impliquent bien davantage dans le processus et d'après ce que j'ai compris, c'est son cas puisqu'elle a travaillé sur la réécriture directement avec un auteur et a même entièrement écrit une des histoires. Mais dans le fond, peu-importe. Encore une fois, rien n'oblige à acheter. Ma seule réserve serait de savoir si les personnes choisies pour leur histoire ont été tout de même contacté car même si légalement, ils ont cédé certains droits lorsqu'ils ont partagé leur témoignage sur le site, ce serait tout de même plus moral qu'ils aient pu confirmer leur autorisation en toute connaissance de cause. Mais ça, nous n'en savons rien donc pourquoi polémiquer là où il n'y a pour l'instant aucun conflit ? Quand à faire de l'argent sur des témoignages, c'est le concept de tout un tas d'émissions TV, chaînes Youtube, de streams, podcasts, radios libres et même d'ouvrages littéraires. Certains le font avec plus ou moins d'implication et de respect mais dans le cas de Maghla, je n'ai jamais remarqué de manque de respect vis-à-vis des témoignages lus (qui sont volontaires, je le rappelle). Pourquoi cela choque-t-il tout d'un coup ? Bref, moi je dis que c'est une chouette idée qui est dans la lignée de son concept et qui fera plaisir aux amateurs de BD qui apprécient l'émission et la DA de Maghla.
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Je me suis abonnée tout récemment car j'ai trouvé très agréables les vidéos Sip & gossip, et surtout les Flip & go sleep mais quand je vois ça, ça me donne juste envie de me désabonner.
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	son plus grand projet c'est de signer un papier aok, respecte les vrais auteurs
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	C EST TELLEMENT QUALI !!! bravo à toute l'équipe!
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Et dans 2 jours elle manifesterà contre le capitalisme
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	- C'est pas elle qui dessine - C'est pas elle qui invente les histoires - C'est pas elle qui trie les histoires - C'est pas elle qui gère le découpage Ne pas être d'accord avec elle = sexiste, facile Il y a 1000 femmes de VRAIE gauche plus compétentes qui méritent le soutien que la fausse gauche CAPITALISTE Les rouges, antifa et anar, si vous mettez un centime là-dedans vous vous trompez juste de bord politique et êtes des hypocrites NON AU CAPITALISME DES ULTRAS RICHES
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Quand est ce que cette grande arnaque des "influenceurs" s'arrêtera ?

SORS MA BD !!)		
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Il est grand temps d'arrêter de donner votre temps et votre argent à ces influenceurs (lol) sans talent. Y a-t-il seulement une seule personne adulte dans toute sa « communauté » ou c'est juste des enfants perdus ? Vraie question.
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Il y a des gens choqués dans les commentaires du fait qu'elle raconte des histoires d'abonnés et qu'elle les monétise mais les gens elle a une sorte d'émissions ou elle raconte des histoires que les abonnés lui envoient donc ils sont consentants pour ça. D'autres disent elle fait de "l'argent sur notre dos" Squeezie a fait exactement pareil juste des histoires qu'il a trouvées sur internet et la personne dit rien...(n'allais embêter Squeezie mais ce pour vous faire réaliser) Maglah continue tes la meilleure ❤️ Deso pour l'orthographe je suis dysorthographique
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Trop fière de toi ! C'est un concept géniale ! Et le teaser est ouffissime !
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Je ne mets pas en question le fait qu'elle travaille dessus, son concept est déposé, il faut de l'organisation, une date, tout suivre et tout valider... Effectivement, il faut l'accord des personnes concernées, bien que ce soit anonyme. Mais je pense bien que cette question a été étudiée et que le fait de l'envoyer sur le formulaire doit déjà avoir des conditions qui stipulent que cela peut être utilisé pour divers projets. Et en ce qui concerne le fait de ce faire de l'argent dessus, ce n'est pas si différent que de monétiser les vidéos ou les flippe. Je comprends le fait que les gens soient mitigés, mais il y a sûrement beaucoup de travail fourni et je pense qu'il faut réfléchir à tout ce qu'il y a derrière et au fait que ce soit bien réfléchi en amont.
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	dégoûté pour les vrais artistes qui dessinent 24h sans succès et la ta une random juste car elle est connue elle sort une BD qu'elle ne dessine pas
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Le projet est vraiment difficile, je sens que ça va te demander beaucoup d'heures de travail et d'énergie. Courage, tu vas réussir
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Beaucoup de jalousies ici alors qu'elle va réaliser un beau chiffre d'affaires avec ce produit. Hé oui ! Elle a une entreprise à faire tourner
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Tu revends juste les histoires de tes fans à tes fans mdrrr
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Honte à toi j'espère tu annule ce projet

SORS MA BD !!)		
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	J'invite toutes les personnes un minimum sensées à boycotter.
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Réalisateurs : Blakhat Production : Hisaé Productions 1ere assistante réalisatrice : Salomé Starcelli Chef opérateur : Maxime Hemery 1er assistant caméra : Raphael Hamel 2nd assistant caméra : Mathis Aguiar de Souza Chef électro : Jérémy Dignac Electro : Frida Miller Ingénieur son : Thibault Paoli Cheffes décoratrices : Klone Studio Make-up comédiens : Carla Maitre Make-up Maghla : Charleene Evrat HairStyle Maghla : Maeva Gomes Stylisme Maghla : Anne Sophie Dafonseca Régisseur : Benjamin Lamouroux Régisseur : Benjamin Debaune BTS : Paul Gronen Le Projet de SA VIE !! Mdr elle a rien branler juste elle pose son blase et elle dis sa BD mdr !
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Règle numéro 1 dans vie : N'achetez JAMAIS de produits provenant d'influenceurs, c'est de la merde pour faire du fric sur votre dos.
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Bravo pour ce projet qui a du te demander des mois de réflexions ! Franchement y a plus aucune gêne quoi, tu ne fais RIEN à part mettre ton nom, les dessins ne sont pas de toi, les histoires non plus en quoi c'est ta BD mdr
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Encore un truc que ton agence nous a pondu pour vendre ton image, bref c'est pas ton projet quoi on est juste des produits
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Encore une belle m** sur YouTube. La culture du vide comme dirait l'autre... Conseil à la jeunesse arrêter de suivre des gens de la sorte. Sans aucune importance, ni âme.... Culture du vide et sans idée...*
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Les youtubeurs/streamers français, y'a rien qui change, toujours les memes arnaques ptdr
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Maghla qui auparavant était cool, chill avec une certaine proximité pour ses abonnés. Maintenant voilà ce qu'elle est devenue. Une énième youtubeuse / streameuse lambda, copié - collé. C'est tellement dommage. Mais reconnaissons que Maghla a couru pour permettre à Avamind de voler. Merci pour ça, et bon chance pour ton projet.
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Le terme influenceuse n'a jamais aussi bien porté son nom. Vendre de la merde en profitant de la naïveté et la jeunesse de sa communauté tout en aillant rien fait qui plus est au même moment que son passage dans une émission de télé, je dis chapeau Et après ça va venir donner des leçons aux autres. Il y en a vraiment marre de ces projets fait par des influenceurs qui n'ont aucune personnalité
Ma plus grande	17/02/26	Il va falloir qu'un jour, les gens réalisent que ces gens là n'en ont que faire de leurs fans et les voit comme des immenses vaches a lait dont le respect importe

annonce (JE SORS MA BD !!)		peu. Elle n'a rien fait sur cette BD mais elle va en tirer tous les honneurs comme c'était le cas pour Squeezie, Inoxtag ou les autres. Ce ne sont pas des artistes, juste des gens du commerce véreux qui vendrait père et mère pour un semblant de reconnaissance ! Ils récupèrent vos histoires, même les plus touchantes et les plus douloureuses, et se permettent de vous les monétiser, sans rien vous offrir en retour. Vous méritez mille fois mieux que ces pseudo stars. Et quand elle réalisera que certaines histoires peuvent faire polémique comme le jeu de société de Michou, elle s'en éloignera et dira qu'elle n'a pas participé. Il faut vraiment qu'un jour, on abandonne tous ces pseudo stars qui ne respectent que leurs portes feuilles, mentent régulièrement alors qu'ils n'ont absolument rien fait sur leurs projets, ce sont ses fans qui ont tout fait en les lui racontant. J'espère vraiment qu'un jour il y aura un karma pour tous ses gens du Web qui ne servent à rien dans la vie sauf pigeonner celles et ceux qui les ont soutenues et qui, pourtant, croit encore en eux. Et ça me fait mal de me dire que de nombreuses personnes qui se lancent dans la BD ne verront jamais leurs projets se concrétiser, mais ses gens là qui ne connaissent même pas le contenu et dont ils s'en foutent littéralement, oui. Monde de merde.
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	En fait elle ne fait strictement rien sur la BD, juste la promo. Quelle énorme blague .
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	J'ai tellement hâte de l'acheter 😊😊
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Magla n'est même pas crédité pour l'écriture ni pour le dessin C'est juste une promo pour un projet auquel elle na pas contribué créativement donc inutile d'acheter, c'est surtout un projet pour l'argent. Alala ces youtubeurs et leurs projets qui ne leur appartiennent même pas
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	C'est Nuuuul !
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Pack à 45€ commandé !
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Mais quelle grosse merde 🤔
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Je t'adore mais... Du coup c'est pas vraiment ton projet à toi, si ?

Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Mdr c'est terrible quand même, les dessins ne sont pas fait par elle, le scénario non plus, ni le découpage, rien n'est fait par elle. Elle a juste utilisé les histoires de ses abonnés pour faire de la thune dessus. La seule chose faite par elle sera sa signature à la limite. Parfois je me demande si on est pas dans une dystopie tellement que c'est ridicule
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Oui donc tu met ton nom sur un projet auquel tu ne participe pas et tu vas ensuite le vendre à des petits fans qui penseront lire une BD de leur youtubeuse préféré 😊 bref tout ça pour rappeler qu'il faut plus avoir d'espoir même ton streamer préféré te décevra un jour ou l'autre
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	"Mon plus gros projet" alors que c'est le projet d'une équipe derrière elle. Elle sert juste à vendre ça à ses petits fans.
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	La jalousie de certaines personnes dans les com c'est dingue, les écoutes pas c'est vraiment trop cool comme projet !!!
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Je suis grand consommateurs des Sip et Flip, mais là c'est de l'abus. Faire payer des histoires qui ne sont pas les siennes, avec accord ou pas c'est pas la question. Faire payer des illustrations et un script qui ne sont pas non plus les siennes. Et finalement appeler ça son plus gros projet? Quand y'a une âme derrière pourquoi pas mais là c'est encore une énième BD de youtuber pour capitaliser sur la hype je trouve ça dommage...
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Autant le prix est ok mais vendre ça comme ta bande dessinée alors que t'as rien fait dans le projet apart y mettre des thunes ,c'est chaud. Une bande dessinée c'est des dessins et du texte, t'as ni fait le texte vue le concept ni le dessin vue le produit..... On veut savoir où va les benef du coup, car si tu touches presque rien, giga force mais si t'es la principal bénéficiaire, faut se faire foutre !
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	c est quoi cette bouze encore
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	"Ma plus grande annonce, je sors une BD sur laquelle je n'ai pas travaillé"
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	le projet de sa vie = récupérer un % sur le taf des autres sans avoir rien fait dessus, faut peut être pas se foutre de notre gueule non plus
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Alors je suis pas fan du projet.. Monétisé un truc que tu n'as même pas écrit c'est pas fou
Ma plus grande	17/02/26	Commandé

annonce (JE SORS MA BD !!)		
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Sans l'écrire sans dessiner sans éditer. Elle a juste signé...
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	trop chouette yessss et puis les affiches dans les packs sont magnifiques
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Du coup... On raconte nos histoires et elle nous les revend c'est ça ?
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Omggg je sais déjà ce que je vais demander à mon anniversaire trop hâteeee
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Preco faite Merci pour ce beau projet
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Mais du coup les histoires sont celles de tes abonnés, tu as pris un scénariste, des illustrateurs... du coup tu fais quoi au juste dans la bd ? On peut vraiment la considérer de toi ou alors tu prêtes juste ton nom ? Et c'est le même éditeur que la BD de Squeezie, est-ce que l'idée vient réellement de toi ou ton agent ? Il y a déjà eu plein de projets BD venant de youtuber à l'ancienne (comme la BD Joueur du Grenier) et aujourd'hui ils disent tous avoir fait ça pour l'argent à une époque où youtube payait pas assez, j'ai peur que ton projet soit le même : très peu de Maghla pour une BD qui coûte plus cher que les autres sur le marché... Ca sent pas bon cette histoire...
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	t'adores le capitalisme toi
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	je vais précommander direct !! Bravo notre reine
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Quand j'ai vu le mail j'ai direct acheté le pack sip&gossip avec les TASSES et le thé et tous plein de bonnes choses merci maghla pour tout ça

Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	C'est vraiment incroyableeeeeeeeee !!! Je l'aurais juste pour mon anniversaire en plus
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	En gros c'est le même éditeur que Squeezie "Link Digital Spirit" qui fait le même concept que Bleak mais brandé avec Maghla. La gueule du "projet personnel"
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	JE VAIS TOUT ACHETER JE T'AI ME TELLEMENT MAGHLA EN PLUS ON SE RESSEMBLE TELLEMENT T'ES MON MODÈLE JE T'ADORE J'AIMERAI TELLEMENT FAIRE MON STAGE DE 3EME EN PLUS
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	What mais incroyable et en tout cas tu fait rire tout le long de la vidéo félicitations!!!!(qui a la ref du terrifiante la narratrice)?
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Elle a monétiser vos histoires la ?
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Elle est tellement belle j'ai envie de l'acheter juste pour la couverture omggg
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Trop bien ! La BD a l'air super ! Depuis le temps qu'on attendais le projet secret, je ne suis pas déçu du tout
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Bravo maghla je suis admiratifs d'un projet comme celui-ci
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Aller ! Je précommande direct. Masta dinguerie !!
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Omggggg je commande à la fin du mois trop hâte. J'ai pas pu voir le live hier (j'étais au travail) mais le coeur y est. Beaucoup de réussite maghla. Et bravo pour les prix hyper adaptés
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Bonne idée cette BD

SORS MA BD !!)		
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	OMGGG TROP FIERE DE TOIIIII <33
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Waaaaaah les packs sont incroyables félicitations pour ce projet ☐!!
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	J'ai tellement hâte de tout recevoir j'ai pris le plus gros pack !!!
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Très agréablement surpris de voir Maghla sortir une BD (avec de sacrés pack). Et pourtant, je sais que c'est assez répandu de voir des créateurs de contenu en sortir depuis deux décennies . Bon, après une BD version Slip & Gossip, j' imagine que l'on aura une version Flip & Go Sleep .
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	OMG JE SERAIT LA 1ERE A L'ACHETER MEUF JTE SOUTIEN A FOND
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Omg mais quel projet de folie !! un immense bravo
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Ouais bon comme tout le monde quoi, pas original
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Trop HYYYYYYYPE, mais question : c'est des histoires qu'on a déjà entendues dans les Sip and Gossip ? Nan parce que si c'est ça, bah ce serait un peu dommage pour ceux qui ont déjà tout regardé/écouté.
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Incroyabbbbbbbbbbble !!!!!!!!! GG à toute l'équipe pour sa
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	C'est bien mais tellement pas original... Dommage, sans moi, mais je suis sûr que tu trouveras un public. En espérant quand même que ça marche pour toi.

Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	omggg je suis tellement heureuse bien sûr que je vais acheter !
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	C'est le nouveau moyen de faire des tunes, enfin pas pour Raska, ça a été un big flop. Elle profite du buzz en ce moment, avec DALs etc..., elle va pub une BD de merde pour lesquels elle signera juste la couverture.
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	par curiosité les personnes qui ont raconté leurs histoires ont donné leur accord pour que ça soit commercialisé derrière dans une optique purement capitaliste? :)
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Maghla en mode Pénélope qui scrute "discrètement" le moindre potins afin de nous le retranscrire dans un livre à l'esthétique très Bridgerton... j'adore manque plus qu'une nouvelle déco dans le même esprit dans sip& gossip (meubles, objets anciens...) et ça serait top bon j'irai pas jusqu'au Chroniques de Maghla.. faut pas pousser
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	MERCI infiniment pour ce travail et ces prix incroyablement bas pour ce que tu proposes. J'ai été agréablement surpris de voir un premier prix presque standard pour une BD standard, mais alors le pack à son prime est à celui qu'il mérite. Je te suis depuis tellement d'années, tu m'as tellement accompagné dans ma vie de tous les jours que je ne pouvais résister à me faire plaisir au moins une fois. Je suis tellement fier de ton évolution et de voir tout ce que tu fais dans ta vie à présent, et je sais que je ne suis pas un cas unique. Merci pour tout.
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	J'espère que ce n'est pas ce que je crois comprendre, à savoir que l'idée aurait été de capitaliser sur les témoignages de gens qui les lui envoient gratuitement, parce que ça ressemble drôlement à ces "concours" de graphisme en ligne où on fait bosser gratos plein d'artistes pour un projet de jeu vidéo indé, une pochette d'album etc. . J'espère que je me trompe, je trouvais déjà vraiment pas top le format vidéo avec le site exprès pour collecter les récits, mais bon, après, si les gens sont ok pour bosser gratos... ce qui importe, c'est surtout qu'ils aient pleinement conscience qu'ils se font exploiter mais le problème de fond, c'est que ça normalise la pratique et ce n'est pas sans conséquence sur les auteurices qui veulent vivre de leur travail.
Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)	17/02/26	Très agréablement surpris de voir Maghla sortir une BD (avec de sacrés pack). Et pourtant, je sais que c'est assez répandu de voir des créateurs de contenu en sortir depuis deux décennies . Bon, après une BD version Slip & Gossip, j'imagine que l'on aura une version Flip & Go Sleep .

Lien du post	Date de publication du post	Commentaire
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	OMGGGGG TELLEMENT CONTENTE JE MY ATTENDAIS PAS 🥰🥰🥰🥰🥰
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	Money money money jusqu'à quand ? Sur le dos de tes abonnés 🙄
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	mouai ça va malheureusement flop

https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	J'suis trop fan mdrrr
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	J'ai pré-commander !!!!! 🐣❤
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	Pour tout ceux qui disent qu'elle a pris les histoires de ses abonnés pour gagner de l'argent dessus ou que c'est de la culture du vide. Qu'est ce qui vous empêche de swiper vers le haut pour changer de réel ou même qu'est ce qui vous force absolument à acheter la bd ? On s'en fiche un peu de vos avis moi je trouve, il y a un travail indéniable et elle explique que c'est inspiré et non copié, répétez vous un peu en question
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	Rendre invisible les artistes du projet sur lequel juste son nom est brander GG
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	Je vous mens pas que j'étais déçu du projet, ça paraît facile comme démarche de s'inspirer des histoires qui sont envoyées for free 😞 tu est ni au dessin ni illustration ni rien et c'est quand même TON projet
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	Svp aidez moi j'ai vraiment pas compris ?? J'ai regardé les publications insta, les story, le site de preco, je voulais savoir de quoi ça parle avant d'acheter mais vraiment impossible de trouver une info ??? C'est quoi la BD du coup ? Parce que si des histoires qu'on a envoyé ce retrouve dedans sans notre accord je suis moyennement fan de financer ça... J'adore ce qu'elle fait et je voudrais la soutenir mais j'aimerais comprendre ce que j'achète en fait ?
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	ton plus gros projet de ? elle dessine pas, pas elle qui invente les histoires, c'est pas elle qui trie les histoires, et c'est pas elle qui gère le découpage ect..bref elle fait rien mis à part mettre son nom pour que des pigeons achètent.
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	Mais noooooooooon argggg c'est trop bien 🔥🔥
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	On a les noms de toutes les personnes qui ont travaillé sur la pub, les refs de tous les vêtements des outfits, mais pas un seul nom d'illustrateur. C'est dommage.
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	Pas ouf quand même de ne pas avoir mentionné les illustratrices et le scénariste dans la promo du livre.... @maghla stp donne un coup de pouce aux artistes et auteurs !! 🔥🔥
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	Madame ne s'arrête pas
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	Tu as strictement rien fais
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	Oh j'ai hâte !!! ✨
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	Bravo Maghla, what a boss lady 💙💜
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	Trop hâte de recevoir tout ça 😊🎀

https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	Coucou Maghla 🍷 Ça serait bien de créditer également les artistes qui ont contribuées à la réalisation de cette BD car je ne les vois apparaître ni ici, ni sur YTB ni sur ton site de précommande et c'est bien dommage. Scénariste David Kuhn Et au dessin les talentueuses (allez les suivre sur insta hihi) @anneperrinecouet @ludivio_ @clementineguivarch @dorine.ekpo Voilà gros bisous, un peu de visibilité pour les artistes ça fait pas de mal ❤️
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	tellement hâte de recevoir ma commande !!! 🥰 ce concept est tellement bien ! 🥰
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	Le bundle à 100 balles a été précommandé ma star ❤️✨
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	Qui sont les illustrateur-ice-s et le scénariste qui ont travaillé sur le projet ? 🤔
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	on pourra avoir les noms des illustrateur.trice.s ?? 🍷✨
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	Hello, qui sont les illustrateurices de la BD? 🍷
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	j'ai rarement sauté aussi vite sur une précommande, j'ai déjà mon pack Sip & Gossip précommandé 🍷👀
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	Les tasses que dans le pack le plus cher ça me brise le coeur ❤️
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	j'aurais grave aimé prendre les tasses solo perso, parce que 100€, bon 🤔
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	🤔🤔 Maghla, on aime ce thé !
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	J'ai vu la sto à 7h38, 7h44 j'avais déjà payé
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	🔥jadoooooore l'idée 🤔
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	Que le début? Mais omg c'est INCROYABLE ❤️❤️🍷
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	"Mon plus grand projet, prendre les histoires des autres et me faire de l'argent dessus." Vous avez tous pété un câble.
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	Let's gooooo la précommande, mon âme de coiffeur en manque de potin est en joie, j'adorais ce format mais là ?! Des goodies ?! J'adore les goodies ! 🤔🤔
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	Tellement hâte de boire mon thé dans les p'tite tasses en fait 🤔🤔🍷
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	Magnifique 🍷❤️
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	C'est magnifique !! Tu peux être fière ❤️❤️
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	AAAH JAI PAS D'ARGENT J'AI LA HAINE ! mais c incroyable !!! Bravo maghla !! Jte

		soutiens en écoutant les sip and gossip psk j'suis faucher mais des que j'ai l'occasion ça va être dans ma collection jte le dis 🍷💕
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	Ooooh j'adore 🥰 Il me tarde de le recevoir ! J'ai aussi pris le paquet de thé 🍵💕
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	Mon portefeuille va avoir mal 🤔 mais c'est important
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	J'ai pas les moyens mais j'en suis fan
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	Omg !!!! Prend mon argent 🤔👉👈
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	Bon bah j'ai fait péter le budget mdr 🍷💕💕
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	Maghla en mode whistledown j'adore
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	Precommandé ❤️❤️❤️❤️💕💕💕🥰
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	Mdr carrément j'ai hâte je crois que je deviens une chippie 🤔💕
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	C'est commandé, bravo à toi pour tout ce que tu fais 🤔🙏
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	J'avais pensé à un livre, mais une BD c'est encore mieux !
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	J'ai précommandé, tellement fière de tout ce que tu fais ❤️❤️
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	J'ai jamais aussi peu réfléchi pour un achat... J'ai haaaate 🔥
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	BIEN SUR QUE JE VAS L'ACHETER !!!💋
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	Je suis officiellement une chipie et j'en suis ravie
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	Aie aie aie , jveux trop la même en fleep & go sleep ! Super projet 🍷
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	mais il a raison bichette, elle a strictement rien fait sur le projet elle a même pas crédité ses artistes, elle a juste pris les histoires de ses abonnés qui lui ont envoyé gratuitement et elle veut se faire du biff dessus alors qu'elle a absolument rien fait, ni les scénarios, ni les dessins, ni le découpage, rien rien rien et c'est SON projet ? J'adore maghla je la suis depuis le DÉBUT mais là elle nous prend vraiment pour des cons
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	attend mais wtf le projet de fou !! je fonce précommander 🙏 un grand bravo Mag !
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	Question importante : si c'est des histoires d'abonnés qui t'ont donc écrit pour que tu lises leurs histoires lors d'un épisode de Sip comment ça se passe étant donné que les abonnés restent auteurs de leur récit et que c'est utilisé à des fins commerciales qui n'étaient pas convenus dans les mentions légales d'origine ? Une part des bénéfices de la BD va leur être versés ? Ont-ils

		étaient informés avec un accord explicite de leurs parts ? :/
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	c'est commandé hâte de tout recevoir 🙌👉
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	Comment j'ai tellement craqué et commandé vite 🙌 félicitations pour ce projet !
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	C'est commandé !! Force à toi pour ce beau projet 🙌👉
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	J'arrive pas à y croire
https://www.instagram.com/p/DU3iO7LiNPc/	17/02/26	Let's gooo BARBARA PURÉE BRAVO !!!!@maghla , En direct du live ici👥👉

Lien du post	Date de publication du post	Commentaire
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374639	17/02/26	non c'est pas du tout ton plus gros projet c'est une merde que ton agence a fait pr toi prcq ça vend à des petits sur ton image
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374640	17/02/26	soit une bd soit une dark kitchen soit une marque de fringue, faut bien blanchir les tunes
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374641	17/02/26	Et hop encore une idée de merde pour piller sa commu de prepubère . Ils sont trop sympa ces streamers
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374642	17/02/26	En gros c'est le même éditeur que Squeezie "Link Digital Spirit" qui fait le même concept que Bleak mais brandé avec Maghla. La gueule du "projet personnel"
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374643	17/02/26	Le plus gros projet en question : elle dessine pas, pas elle qui invente les histoires, c'est pas elle qui trie les histoires, et c'est pas elle qui gère le découpage ect..bref elle fait rien mis à part mettre son nom pour que des pigeons achètent.
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374644	17/02/26	Je t'adore Maghla mais là je comprends pas trop...comment ça peut être "ton" projet si tu ne participes presque à rien...
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374645	17/02/26	ne pas respecter sa commu au point de la pigeonner à la première occasion, née avant la honte.
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374646	17/02/26	C'est le nouveau starter pack des streamers/youtubers... pour encaisser un max
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374647	17/02/26	Le truc où t'as absolument rien fait de ta main .. comme d'hab maghla c'est la culture du vide

https://x.com/Maghla/status/2023829690159374648	17/02/26	Ca va faire un bon torche cul, merci
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374649	17/02/26	J'taime bien Maghla mais la vérité ton projet c'est de la merde
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374650	17/02/26	Va quand même falloir qu'un jour la raison reprenne le dessus sur les personnes pour arrêter de cautionner d'engraisser ces pseudo stars qui vendent de la merde commerciale où ils apposent juste leur nom
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374651	17/02/26	Tu sors juste ce truc (qui n'est pas de toi) pour prendre l'argent des petits...
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374652	17/02/26	Trop forte!!!!
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374653	17/02/26	Maghla d'année en année c'est un downfall
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374654	17/02/26	"Mon plus gros retour sur investissement" *
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374655	17/02/26	"mon plus gros financement" "mon plus gros investissement" Mais c'est pas ton projet, toi t'es juste là à attendre que les autres fassent le taf. T'as juste mis ton nom dessus. T'es H&M
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374656	17/02/26	Maghla je t'adore mais là pardon mais non c'est juste soutirer de l'oseille aux gens qui te suivent. D'un côté tu ne créer rien
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374657	17/02/26	Maghla, je te suis depuis très très longtemps, viewer de l'ombre quand tu n'avais que quelques centaines de viewer... Bien avant ton "Ponce La Nuit" etc... Je suis terriblement triste de voir la tournure des choses et ce projet vient écraser complètement les valeurs que tu défendais
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374658	17/02/26	C'est juste une blague ces "streamers". Elle n'a rien fait dessus, mais "mon plus gros projet". Et tout ça sans honte. ça me fascine
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374659	17/02/26	Et que fait tu dans ce projet ? (pas besoin de répondre on sais déjà : t'a juste mit ton nom dessus)
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374660	17/02/26	je t'aime bien mais en tant qu'étudiante en lettres, ce genre de projet, on voit que c'est JUSTE commercial. si tu ne sais pas faire de film et que tu délègues tout le travail à d'autres, ce sera pas ton film, alors pourquoi faire pareil avec une BD ? pfff
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374661	17/02/26	Franchement, moralement quoi... oui les autres l'ont fait, est-ce une raison?

		C'est des grosses qui vont acheter ce truc sans âme ou tu n'as rien fais appart donner ton nom. Corpo a mort
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374662	17/02/26	Encore une pseudo artiste qui se décide de sortir une bd où elle ne sers à rien d'autre que promouvoir celle-ci pas mal l'idée. Et au passage si tu veux faire plus d'argent fais des packs avec des goodies horrible.
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374663	17/02/26	Le timing pile quand elle est sur tf1 mdr
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374664	17/02/26	Quand pour ces informations, je dois aller dans la FAQ... "Le scénariste de la BD est David Kuhn. Les 4 illustratrices de la BD sont : Dorine Ekpo, Ludivine Martin, Clémentine Guivarc'h et Anne-Perrine Couët." L'invisibilisation des VRAIS artistes.. GG, changez rien !
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374665	17/02/26	Il y en qui ont honte de rien, passer des appels pro pour vendre un truc a moitié a ton image ou tu n'as absolument pas travaillé dessus n'est pas un "projet", tu te remplies les poches sur le dos d'imbéciles avec du vent, tu dégoûte.
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374666	17/02/26	Ton plus gros projet c'est d'arnaquer les gens qui te soutiennent ? C'est malin.
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374667	17/02/26	Je t'apprécie... Mais à quel moment c'est " Ton projet " alors que tu fais rien dessus ? ... Sans méchanceté aucune, puis honnêtement ça sens littéralement le truc à but commercial que projet de vie quoi
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374668	17/02/26	Alors, quand tu ne fais rien dans le projet à part récupérer l'argent, ce n'est pas TON projet.
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374669	17/02/26	Tu payes 100 balles ces merdes est tu as meme pas les frais d'expédition offerts ahahha quel commerçante !
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374670	17/02/26	Apart mettre votre nom vs avez rien fait. la culture du vide
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374671	17/02/26	"mon plus gros projet" et comme tous les autres, rien ne vient d'elle, ni les dessins, ni les idées, ni les découpages, rien, "mais si voyons je valide les propositions" mdrrrrr ça prend ses abos pour des bons pigeons en tout cas
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374672	17/02/26	Comment gagner de l'argent avec son nom sans avoir rien fait sur la BD.

		Alala les influenceurs c'est vraiment un fléau...
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374673	17/02/26	Vivement le prochain Projet genre du TCG personne l'a fais ça non plus
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374674	17/02/26	On lira pas ta merde , lache ça
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374675	17/02/26	On ne voit aucun dessin on a pas la moindre idée du style graphique
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374676	17/02/26	Ton plus gros projet avant ta future marque de fringues et ta future marque de burger, on vous connais les influvateurs, capitaliser sur les gens qui vous font vivre, votre "communauté" et les presser jusqu'au bout.
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374677	17/02/26	Profiter de Dals pour vendre de la merde à des gamins et remplir les caisses, check La célébrité te monte à la tête, redescends et respecte ceux qui te soutiennent. Et respecte toi, prend du recule sur ce que t'es en train de devenir et sur ce que tu fais.
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374678	17/02/26	Être de gauche quand ça rapporte des viewer mais être un véritable boutiquier quand il s'agit des les tondre et de fair du fric. Bien vu l'ultra capitalisme.
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374679	17/02/26	t'aurais demandé a une IA de le faire ça aurait été davantage ton projet au moins t'aurais écrit les prompt toi même là y a rien tu scénarise pas, t'écrit pas, tu dessine pas même le financement et l'édition c'est pas toi
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374680	17/02/26	À plus les gars je vais camper devant la Fnac
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374681	17/02/26	Je pense sincèrement que si t'avais fait la BD avec Chat GPT, ça aurait plus été ton projet que dans ce cas là
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374682	17/02/26	J'ai jamais précommandé quelque chose aussi vite
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374683	17/02/26	@dgccrf y'a peut être tromperie car le consommateur pense acheter un produit conçu par l'influenceuse parce qu'elle déclare que c'est « SON » projet alors qu'en réalité tout est réalisé par une agence. Circonstance aggravante car le public cible est mineur.
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374684	17/02/26	Même pas 1k likes en 3 millions de vues la c'est chaud
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374685	17/02/26	Il serait temps de grandir et de sortir de l'adolescence

https://x.com/Maghla/status/2023829690159374686	17/02/26	Vivement ton cancel qu'on se farcisse plus ta tronche
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374687	17/02/26	Depuis qu'elle a rejoint la secte du S sur YouTube c'est catastrophique
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374688	17/02/26	Y a t'il un seul createur de contenubqui ne soit pas une merde opportuniste ?
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374689	17/02/26	Tu l'as fait toi même où tu as laissé les autres s'en charger et toi tu as juste mis ton nom ?
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374690	17/02/26	J'taime bien Maghla mais au final tu fais quoi sur ce projet ?
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374691	17/02/26	La gauche caviar faut toujours qu'elle propose des trucs de merde histoire de vendre ces trucs de merde à des gamins avec la CB de leurs parents
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374692	17/02/26	"Je ne fais absolument rien dessus, tout ce qui le concerne est fait par autrui, mais je m'en accorde le crédit entier" MDR.
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374693	17/02/26	Y'a rien de personnel, tu te fais juste des sous sur le dos des gens grace a une popularité meme pas meritée. Je pensais pas qu'il te manquait de la dignité à ce point
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374694	17/02/26	c'est ton projet uniquement parce qu'il y a ton image dessus, à part donner ton approbation t'as fait quoi ?
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374695	17/02/26	Mon plus gros projet ! Spoiler, elle ne fait rien !
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374696	17/02/26	Mon plus gros projet ❌ Le plus gros projet de ma prod parce que moi j'ai rien branlé et je touche les thunes ✅
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374697	17/02/26	Mais qu'est-ce que c'est que cette merde ?
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374698	17/02/26	Elles viennent d'où les histoires par curiosité ? Le vide, par le vide et pour le vide. Génération de streamer poubelle.
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374699	17/02/26	Les gauchistes et leur humanisme épisode 10285.
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374700	17/02/26	Mais c'est les histoires des abonnés, en plus?
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374701	17/02/26	Je t'adore Maghla, je t'ai croisé à plusieurs reprises et je sais que t'es une meuf en or mais depuis peu j'avoue que je reconnais pu du tout celle que j'aimais voir en stream régulièrement...
https://x.com/Maghla/status/2023829690159374702	17/02/26	vos influenceurs pref vous voient comme des vaches à lait

https://x.com/Maghla/status/2023829690159374703	17/02/26	Être de gauche et nous pondre une bd avec 6 biscuits, du thé, un marque page et des stickers pour 100 balles. Anticapitaliste mais pas quand ca me concerne 😊😊
---	----------	--

Lien du post	Date de publication du post	Commentaire
https://www.tiktok.com/@maghla/video/7607916074457107734?is_from_webapp=1&sender_de vice=pc&web_id=7350957987814917664	17/02/26	on est tellement fiers de toi maghla 😊 on va être des vraies chipies maintenant !!
https://www.tiktok.com/@maghla/video/7607916074457107734?is_from_webapp=1&sender_de vice=pc&web_id=7350957987814917665	17/02/26	Maghla tu m'as ruiner, mais ça fait plaisir et c'est pour la bonne cause 💖
https://www.tiktok.com/@maghla/video/7607916074457107734?is_from_webapp=1&sender_de vice=pc&web_id=7350957987814917666	17/02/26	jamais dépensé 100€ aussi rapidement
https://www.tiktok.com/@maghla/video/7607916074457107734?is_from_webapp=1&sender_de vice=pc&web_id=7350957987814917667	17/02/26	Une annonce de quali-thé 🍵✨ ! Est-ce qu'il y'aura une version fleep ? 🤔
https://www.tiktok.com/@maghla/video/7607916074457107734?is_from_webapp=1&sender_de vice=pc&web_id=7350957987814917668	17/02/26	comment j aime cette femme 😊
https://www.tiktok.com/@maghla/video/7607916074457107734?is_from_webapp=1&sender_de vice=pc&web_id=7350957987814917669	17/02/26	Notre chipie a sorti une dinguerie 🎀✨

07734?is_from_we bapp=1&sender_de vice=pc&web_id=7 350957987814917 669		
https://www.tiktok. com/@maghla/vid e/76079160744571 07734?is_from_we bapp=1&sender_de vice=pc&web_id=7 350957987814917 670	17/02/26	J'ai jamais acheté aussi vite un pack collector à 100€
https://www.tiktok. com/@maghla/vid e/76079160744571 07734?is_from_we bapp=1&sender_de vice=pc&web_id=7 350957987814917 671	17/02/26	déjà fait une pré-commande tellement ca a l'air dingue 🥰
https://www.tiktok. com/@maghla/vid e/76079160744571 07734?is_from_we bapp=1&sender_de vice=pc&web_id=7 350957987814917 672	17/02/26	Maghla elle slay sur DALs et en plus elle sort son livre, une véritable Queen
https://www.tiktok. com/@maghla/vid e/76079160744571 07734?is_from_we bapp=1&sender_de vice=pc&web_id=7 350957987814917 673	17/02/26	Une star qui écrit un livre 🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰
https://www.tiktok. com/@maghla/vid e/76079160744571 07734?is_from_we bapp=1&sender_de vice=pc&web_id=7 350957987814917 674	17/02/26	Ça tombe très bien j'ai économisé pour me faire plaisir bah j'ai trouver dans quoi je vais le dépenser
https://www.tiktok. com/@maghla/vid e/76079160744571 07734?is_from_we bapp=1&sender_de vice=pc&web_id=7 350957987814917 675	17/02/26	Incredable l'annonce 🥰 Le taf de dingue vrmt

https://www.tiktok.com/@maghla/video/7607916074457107734?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7350957987814917676	17/02/26	MAIS OMGGG JE COMMANDE DÈS DEMAIN, J'AI CRIÉ DEVANT L'ANNONCE 🤩 Je suis tellement heureuse, vous imaginez même pas. Je pleure de joie ❤️ Maghla merci pour ton projet, tu te rends pas compte à quel point ça me rend heureuse. Sip & Gossip, mon rendez-vous du mois en BD, je suis trop heureuseeee. Merci beaucoup vraiment 🙏❤️❤️❤️❤️
https://www.tiktok.com/@maghla/video/7607916074457107734?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7350957987814917677	17/02/26	Mais donc si c'est pas toi qui a écrit les histoires, fais les illustrations même créer le livre au final ta fais quoi sur "ton" projet ?
https://www.tiktok.com/@maghla/video/7607916074457107734?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7350957987814917678	17/02/26	j'ai couru chercher mon porte feuille 😂
https://www.tiktok.com/@maghla/video/7607916074457107734?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7350957987814917679	17/02/26	Est-ce que j'ai envoyé le site à mon mec en mode « oh regarde le nouveau projet de Maghla » en espérant lui faire passer un message subliminal ? Totalement.
https://www.tiktok.com/@maghla/video/7607916074457107734?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7350957987814917680	17/02/26	j'étais en live quand elle a annoncer et j'ai sauter de mon lit tellement j'étais contente 😊 merci maghla pour ça 🤩
https://www.tiktok.com/@maghla/video/7607916074457107734?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7350957987814917681	17/02/26	Maghla tu nous déçois jamais c'est fou 🙏
https://www.tiktok.com/@maghla/video/7607916074457107734?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7350957987814917682	17/02/26	Avec ce format, est-ce qu'on ne perd pas une grande partie du concept, à savoir les réactions de Maghla et de ses invité(e)s ? Les histoires sont un peu "secondaires", c'est comme ça que je consomme ce concept en tout cas.

350957987814917 682		
------------------------	--	--

9.3. Annexe 3 - Corpus étiqueté pour l'analyse thématique

9.3.1. Corpus Andie Ella

Questionnaire	Etiquettes
Je ne suis pas fan de sa personnalité mais le contenu est cool	"Le contenu est agréable"
J'accroche moins je tombe juste sur certaines de ses vidéos sur tiktok et à une époque je suivais un peu plus	"L'internaute décroche de son contenu"
Pour moi elle n'est pas légitime de vendre du matcha, ça ne correspond en rien à son contenu	"La marque de l'influenceuse n'est pas légitime"
j'aime bien son contenu	"Le contenu est agréable"
Je l'ai bien aimé, mais je trouve qu'elle propose souvent le même contenu et je m'en suis lassé	"Répétition du contenu" "L'internaute décroche de son contenu"
depuis qu'elle a sorti son matcha, elle va beaucoup de pub pour faire vendre. Sinon au niveau de son contenu, je regarde pas souvent ses vidéos mais j'aime bien de tant en tant regarder du rangement.	"Contenu trop autopromotionnel"
Elle est authentique	"L'influenceuse est authentique/simple"
tres naturelle et simple	"L'influenceuse est authentique/simple"
Je trouve qu'elle renvoie une image assez superficielle	"L'influenceuse est perçue comme superficielle"
Positive, bosseuse	"Elle est positive" "Elle est vue comme travailleuse"
Elle a l'air solaire, sympa, entrepreneuse	"Elle est positive" "Elle est vue comme travailleuse"
Je trouve qu'on l'a perdu ces derniers temps. À l'époque elle avait l'air bcp plus authentique que maintenant. Son contenu se rapporte bcp à sa marque ce que je trouve lassant. Son image est hyper contrôlée et bien moins spontanée qu'avant. J'ai déjà songé à me désabonner	"Perte de la spontanéité/authenticité de l'influenceuse" "Changement perçu dans la personnalité de l'influenceuse" "L'internaute hésite à se désabonner" "Contenu répétitif" "Contenu axé trop sur la marque"
Elle est incroyable, très girl boss, c'est motivant de la voir beaucoup travailler et de voir comment elle gère tout ça au jour le jour, elle est sincère et spontanée et authentique, son contenu influenceuse sur le côté est toujours chouette aussi, elle parle de sujet intéressant, on voit qu'elle évolue sans cesse et elle n'est pas victime de son succès	"Elle est vue comme travailleuse" "L'influenceuse est authentique/simple" "Le contenu est agréable" "Elle garde de l'humilité par rapport à son succès"
Tres chouette influenceuse mais je pense qu'il faut qu'elle arrête les placements de produits à chaque vidéos, que son contenu devient de plus en plus «	"trop de placements de produits dans les vidéos" "contenu perçu comme vide"

vide » car elle ne montre que des produits de luxe / sa vie mais sans réellement apprendre des choses aux gens	
Très bonne image, j'aime bien son sérieux et sa légèreté - très chouette influenceuse solaire et goodvibes	“Elle est positive”
Je l'aime bien dans l'ensemble, simple et authentique, transparente mais beaucoup de placements de produits	“trop de placements de produits dans les vidéos” “L'influenceuse est authentique/simple”
Honnête, ne fais pas des pubs pour tout et n'importe quoi	“L'influenceuse est honnête”
Je l'aime beaucoup mais ses vidéos commencent à tourner un peu en boucle	“Répétition du contenu”
J'aime bien mais je passe parfois des moments de vidéos	“Désintérêt pour des parties de vidéo”
Je la trouvais tellement chouette au début. mais. je la suis de moins en moins honnêtement. c'est axé trop business, elle ne différencie pas ses contenus dans le sens où c'est toujours la même chose et son contenu je me parle plus (avec lancement de sa marque elle met du focus la dessus)	“Désintérêt depuis le contenu entrepreneurial” “Répétition du contenu” “Contenu axé trop sur la marque” “L'internaute ne se sent plus touché par le contenu proposé”
J'aime beaucoup, je la trouve très inspirante	“l'influenceuse est inspirante”
J'ai une opinion mitigée. J'aime regarder son contenu surtout pour son partage d'adresses en Asie et pour voir comment elle gère sa boîte et le marketing derrière. Parfois ça manque de spontanéité.	“Intérêt de son contenu entrepreneurial ou axé sur la marque” “Contenu agréable” “Perte de la spontanéité/authenticité de l'influenceuse”
elle est spontanée, propose du contenu diversifié	“contenu diversifié” “L'influenceuse est spontanée”
Un peu surconsommatrice sur les bords et moins authentique qu'avant	“L'influenceuse est surconsommatrice” “Perte de l'authenticité de l'influenceuse”
De moins en moins authentique, je ne regarde pratiquement plus, trop de surconsommation	“L'influenceuse est surconsommatrice” “Perte de l'authenticité de l'influenceuse” “Perte d'intérêt de l'internaute à consommer les contenus”
Elle est authentique car elle ne fait pas genre d'être comme nous, c'est une girl boss (elle a monté son entreprise) , l'assume sans s'en vanter non plus	“Elle garde de l'humilité par rapport à son succès”
J'aime bien, je préférerais avant	“L'internaute évoque un changement/nostalgie et préférerait avant”
Oui car malgré son appart au Japon, sa marque de matcha... grâce à ces parents et sa famille elle se rend compte de la chance qu'elle a	“Elle garde de l'humilité par rapport à son succès” “L'influenceuse se sent chanceuse”
Cela est difficile à dire mais je pense que depuis qu'elle a sorti sa marque, son contenu a changé et pousse à commander par exemple dans presque toutes les vidéos que j'ai vu, elle prépare son matcha et fait la pub	“L'internaute se sent poussé à acheter le produit de la marque de l'influenceuse” “Contenu qui change” “Contenu axé trop sur la marque” “Contenu autopromotionnel”
elle a construit sa boîte mais je la trouve lisse (cela peut se comprendre au vu de sa position de PDG d'une boîte)	“L'influenceuse a une image lisse dû à sa marque”

oui et non, ses allers retours au japon la rendent un peu inaccessible et avec sa marque elle devient vrm une manager d'entreprise et plus la youtubeuse qui filme dans son salon	"Influenceuse inaccessible" "L'influenceuse est vue comme une entrepreneuse et plus comme une youtubeuse"
Faire un pop up dans une station de ski pour présenter son matcha ne correspond pas a ma vision de monsieur et madame tout le monde qui veut consommer le matcha pour ses bienfaits. Faut il être riche, faire du ski....pour s offrir du matcha	"Influenceuse inaccessible" "L'influenceuse montre une image de "riche" pour s'offrir son produit"
A la base oui, mais la elle poste de plus en plus de contenus inutile, juste pour "se faire de l'argent" on dirait	"Contenu inutile" "Contenu vu pour se faire de l'argent"
oui, elle montre sa vie même quand ça ne va pas	"influenceuse accessible"
Plus ou moins. Elle travaille beaucoup son image quand même.	"Image de l'influenceuse + travaillée"
oui, elle est très transparente	"influenceuse transparente"
oui des fois elle teste des produits, et elle dit autant ce qu'elle aime que ce qu'elle n'aime pas	"influenceuse honnête"
Bien sûr, je la suis depuis longtemps et son authenticité traverse l'écran. Notamment dans la sélection de ses partenariats le fait qu'elle ne soit pas influenceuse dans le sens partenariats à gogo mais qu'elle produit son contenu pour sa passion de faire des vidéos et de les partager plutôt que pour une question de profit	"influenceuse passionnée" "influenceuse qui fait des vidéos pour le partage et non argent"
Oui, elle est toujours restée en accord avec ses dires et a toujours assumé ses opinions même controversées	"assume ses opinions" "toujours en accord avec elle même"
Je ne la suis pas assez pour savoir. Son train de vie a l'air + déconnecté de la réalité (Japon etc). Je suis aussi trigger par la différence d'âge dans son couple.	"influenceuse déconnectée de la réalité"
Oui, elle montre son quotidien tel qu'il est, consciente de la chance qu'elle a , pieds sur terre	"Elle garde de l'humilité par rapport à son succès" "L'influenceuse se sent chanceuse" "Montre son quotidien"
oui car elle partage beaucoup de sa vie	"Montre son quotidien"
Je pense que oui malgré tout elle a l'air sincère	"influenceuse sincère"
Oui, elle montre autant les bons côté que toutes ses galères. Elle s'exprime naturellement et ne prend que des collabs qui ont du sens pour elle ou qui lui sont utiles	"naturelle" "placements de produit bien choisis" "montre aussi les mauvais côtés"
Pour moi elle ne l'est plus depuis la sortie de sa marque, j'ai l'impression que ses vidéos sont « putaclick »	"Fake depuis la sortie de sa marque"
elle partage sa vie sans tabou et naturellement	"influenceuse naturelle"
Je ne pense pas qu'elle soit authentique, c'est juste un ressenti sur sa manière d'être, sur les sujets qu'elle aborde dans ses vidéos	"influenceuse vue comme pas authentique"
Lifestyle, mais je trouve que c'était souvent la même chose donc j'ai arrêté de la suivre	"contenu répétitif"

À l'époque divertissant et sans prise de tête. Vidéos variées, prenait réellement le temps d'être sur le réseau et assez proche de sa communauté	"perte de proximité aujourd'hui"
Quand elle parle des backstages de sa marque et du côté entrepreneuriaux	"intérêt pour contenu business"
Son authenticité, son business et la qualité de montage de ses vidéos	"influenceuse authentique" "contenu qualitatif" "interet contenu business"
j'adore toutes ses vidéos, quand elle parle de son business, sa marque de matcha, ça me donne vraiment une énergie de Girlboss, quand elle parle de sa vie au Japon, ça me donne trop envie de voyager et à travers ses vidéos, je voyage un peu, quand elle fait des concepts avec son copain ou avec des amis, comme Maya, j'adore, ça me fait toujours rire, je regarde ces vidéos chaque semaine quand ça sort	"interet contenu business" "adore toutes ses videos" "inspire" "internaute actif"
Je n'aime pas les vidéos où elle met des titres « 500€ dépensés dans un soin beauté » car je trouve ça fake, pas représentatif et la que pour les vues	"impression de fake"
Certains contenus me donnent une impression un peu fake	"impression de fake"
Suite à sa marque, c'est devenu toute sa personnalité - > un peu lourd à la longue Plus très proche, bcp moins devenu partage quotidien etc	"trop centré sur la marque" "moins de proximité avec la communauté"
Trop répétitif	"contenu répétitif"
Les placements de produits à répétition / les vlogs sans réelle utilité	"trop de placements de produits" "contenu inutile"
Quand elle parle du travail ou qu'elle fait 10 fois les mêmes vidéos. Je trouve que ça n'est pas assez diversifié	"contenu répétitif" "trop business"
C'est parfois fort promotionnel.	"trop promotionnel"
Ses « embrouilles » en vidéo avec son copain, son côté surconsommatrice (exemple : vidéo de tri tous les 2 mois et au final elle a tjr autant de produit)	"surconsommation"
Les pubs et la surconsommation	"trop promotionnel" "surconsommation"
De moins en moins relatable	"on sait de moins en moins s'identifier à elle"
oui je trouve que la marque lui ressemble	"lien visible entre l'influenceuse et sa marque"
elle consomme du matcha depuis des années c'est logique	"lien visible entre l'influenceuse et sa marque"
Oui car elle a toujours consommé du matcha et elle a toujours parlé des bien faits avant de lancer sa marque donc c'est pas surprenant qu'elle décide de lancer sa marque de matcha	"lien visible entre l'influenceuse et sa marque"
Oui parce que c'est un peu lifestyle, mode de vie clean, healthy donc ça lui correspond bien	"lien visible entre l'influenceuse et sa marque"
oui complètement, parce qu'en suivant son contenu, je sais qu'elle en consomme depuis toute petite, même avant la hype autour de ce produit	"lien visible entre l'influenceuse et sa marque"

Oui, elle sort moins de vidéos et celles ci ont parfois bcp de liens avec la marque. Les vidéos d'avant manquent un peu je trouve.	"moins de vidéo" "trop de contenu sur la marque" "nostalgie des anciennes vidéo"
oui son contenu devient plus entrepreneurial	"contenu plus entrepreneurial"
oui beaucoup de pub pour sa marque	"contenu trop autopromotionnel"
Oui très très matcha	"contenu trop autopromotionnel"
oui, on apprend plus sur l'entrepreneuriat c'est intéressant	"contenu plus entrepreneurial"
Oui, elle parle bcp plus de matcha (presque que ça même) et elle a déménagé au Japon	"contenu trop autopromotionnel"
Je trouve qu'elle met juste en avant sa marque dans toutes ses vidéos sinon rien d'autre n'a changé	"contenu trop autopromotionnel"
Oui, contenu entrepreneurial	"contenu plus entrepreneurial"
Oui en positif je dirais. Moi j'aime bien quand elle montre les aspects business de sa vie. Elle poste moins et parfois est dans le rush mais c'est mieux que avoir une vidéo qui est juste là pour faire des vues	"contenu plus entrepreneurial" "moins de vidéos"
Oui elle en parle plus mais c'est normal car c'est une grosse partie de sa vie maintenant	"contenu plus autopromotionnel"
Oui, mais elle a gardé sa DA, nous montrer sa vie, de manière transparente, même si sa vie a changé, ce qu'il l'a différenciait avant la différencie toujours (proximité, simplicité, authenticité)	"influenceuse authentique" "montre son quotidien" "proximité avec la communauté"
Oui, moins authentique et trop focus sur son travail avec sa marque	"moins authentique" "trop focus marque"
je trouve que son contenu est beaucoup plus tourné vers le business et le Japon, ce qui correspond à 100 % à l'univers de sa marque de matcha, et même si j'en consomme pas directement, j'adore regarder son contenu là-dessus je trouve ça passionnant	"contenu plus entrepreneurial" "contenu passionnant"
Oui il est plus orienté vers son produit et sa production.	"contenu autopromotionnel"
oui, elle aborde des sujets plus axé sur le travail	"contenu plus entrepreneurial"
Commentaires	Étiquettes
Andie tu es incroyable! C'est génial d'avoir des explications sur le lancement de ta marque sans tabou, et bravo d'avoir osé, tu as raison la vie est trop courte pour se priver de ses rêves. Belle continuation et merci pour tout ton travail, tes vidéos sont géniales	"félicitations pour la marque" "intérêt contenu business" "vidéos géniales"
Je suis encore estomaquée de voir l'évolution de ton parcours, qui est encore plus flagrant avec les vidéos retour en arrière. Que dire.... C'est un merveilleux projet et le fait que toute la communauté y ait contribué, même indirectement, est quelque chose de magique. Finalement, ton audience t'ouvre des portes, te permet d'avoir une voix, et c'est magnifique de constater la manière dont tu as utilisé ce pouvoir. Je	"communauté se sent impliquée dans le projet commercial" "internaute content de l'évolution du parcours de l'influenceuse" "félicitations pour la marque"

ne te souhaite que de la réussite pour ce qui arrive C'est mérité.	
Franchement, je trouve que l'Era Milia Matcha est juste parfaite, les vidéos sont bien organisé, le matcha est incroyable tu as réussi un truc !!	"félicitations pour la marque" "vidéos bien organisées"
Je trouve que le plus impressionnant c'est qu'Andie nous a proposé du contenu en parallèle de son projet (les créateurs de contenus préfèrent faire une « pause ») T'es vraiment trop forte bravo	"félicitations pour avoir continué de poster du contenu en parallèle de la création du projet commercial"
J'adore ton contenu se que tu fais c'est incroyable ! Ce mots correspond tellement à ce que tu es et ce que tu fais, mrc beaucoup tu me donnes le sourire à chaque fois que je regarde une de tes vidéos	"contenu agréable" "contenu correspond à ce qu'est l'influenceuse"
Bravo ! J' imagine la pression et le mental qu'il a fallu pour mener à terme ce projet ! Donc félicitations car tu le mérites :) ! Dès le lancement de ta marque, j'ai sauté sur ton site. La DA est incroyable, etn un matcha à la fraise ? Non mais, j'étais obligée de l'acheter ! Félicitations et je te souhaite plein de belles choses pour la suite ! Je ne commente pratiquement jamais donc j'en profite avec ce commentaire pour le faire. Merci d'exister. J'adore tes vidéos qui sont une pure bouffée de fraîcheur dans ma journée ! A chaque vidéo, même quand je passe une mauvaise journée ou que je ne me sens pas bien, je regarde tes vidéos et j'en ressors toujours avec le sourire aux lèvres.	"félicitations pour la marque" "internaute conquis par les produits de la marque" "internaute a acheté la marque" "se sent mieux après avoir regardé une vidéo de l'influenceuse"
Tu semble réellement épanouie, j'ai l'impression que tu te découvres un peu plus chaque jour grâce à ce tout nouveau quotidien et que tu viens de découvrir une autre passion Ton accomplissement me rend fière et me motive alors que je ne te connais pas personnellement. Tu peux être fière de toi, tu le mérites Andie	"influenceuse découvre une autre passion" "internaute fier de l'influenceuse et son accomplissement" "l'influenceuse mérite son succès"
tu nous ennuies pas du tout avec ta marque !! parles en toutes les videos, tous les jours en story et tout ! trop intéressant d'avoir les back stage d'une marque et de l'entrepreneuriat omgg	"grand intérêt pour la marque" "intérêt pour contenu entrepreneurial"
Andie je pense que tu pourrais nous parler de Milia Matcha dans toutes tes futures vidéos personne ne serait saoulé !! Ça fait partie de ta vie maintenant (et de la nôtre aussi finalement), j'ai hâte de voir la suite de ce beau projet qui commence déjà si bien, félicitations tu mérites absolument toute cette réussite	"communauté se sent impliquée dans le projet commercial" "félicitations pour la marque" "grand intérêt pour la marque"
Andie je pense que tu te rends pas compte que tu te mets beaucoup trop de pression par rapport à tes vidéos 🥰 encore heureux pour ta santé que tu vas pas faire de vlogmas, t'es malade d'avoir hésité à en faire, tu viens de lancer ta marque (qui déchire tout) tout en continuant les 2 vidéos par semaine, je trouve ça tellement énorme, merci même par rapport au contenu de tes vidéos, n'ai pas peur de nous soûler (en tout cas je parle pour moi) en nous parlant de ta marque, je suis tellement excitée de ce projet que je veux tout	"soutien à l'influenceuse par rapport à la pression qu'elle se met" "remerciement pour les contenus vidéos" félicitations pour la marque" "intérêt pour le contenu entrepreneurial" "internaute a acheté des produits de la marque"

savoir, je trouve ça tellement intéressant de suivre la création, lancement et gestion d'une marque, surtout si c'est la tienne bref, j'adore tous tes contenus, peu importe le sujet de tes vidéos Ps: trop hâte du restock de tes produits pour passer une grosse commande	
J'ai eu un peu peur j'avoue quand tu as que tout allait change mais je suis agréablement surprise ! J'adore cette nouvelle énergie et on voit que ce projet te tient à coeur et qu'il te rend heureuse ! PS : ton match est super bon !!	"internaute agréablement surpris par le changement de contenu de l'influenceuse" "internaute a acheté des produits de la marque"
En tout cas sache que tu nous saoule pas du tout, on te suis pour ton quotidien et ton quotidien c'est ta marque , d'ailleurs merci d'être aussi transparente avec nous c'est super intéressant et une super bonne idée, merci pour toutes ses vidéos et le travail qu'il y a derrière (et pour les vlogmas c'est l'ambiance de Noël dans tes vidéos qu'on adore, pas besoin que tu partes super loin) Je te suis depuis hyper longtemps et ton évolution est incroyable t'es restée la même personne	"influenceuse transparente" "intérêt pour contenu entrepreneurial" "remerciement pour le travail"
Merci de prendre du temps de nous faire une vidéo !! Merci de nous parler et tkt personnellement tu me soûl pas à te confier !! C'est super intéressant de savoir ton point de vue , c'est cool que tu nous expliques un peu comment ça marche ect on s'en rend pas forcément compte du budget que ça peut prendre . Merci pour tout ❤️	"remerciement envers l'influenceuse" "interet pour contenu entrepreneurial"
Je suis entrain de créer ma société et ca me fait trop du bien de voir tes vidéos sur ton expérience entrepreneuriale! Ca pourrait être super intéressant que tu nous expliques les différentes étapes que tu as dû traverser pour créer ta boîte et ton organisation aujourd'hui! Trop contente pour toi en tout cas	"s'identifie au contenu entrepreneurial car créer sa société" "inspiration" "interet contenu entrepreneurial" "exprime de la joie pour le projet"
je mets un commentaire un peu tare mais franchement ne lâche rien c'est incroyable de sortir une marque en plus ça à l'aire de te rendre super heureuse et j'adore ta joie de vivre et ton honnêteté franchement bravo!	"influenceuse honnête" "encourage l'influenceuse" "interet pour la marque"
J'attends toujours patiemment tes vidéos et ça me rend trop heureuse d'être mercredi ou dimanche soir 😊 J'ai lu d'autres commentaires et je les rejoins, tu es mon coup de coeur aussi des réseaux ❤️ Je te suis depuis 1 an et je regarde toutes tes vidéos depuis. Tu dégages une authenticité et une sympathie de fou furieux. Tu nous parles comme à des copines, j'adore trop ! Bravo encore Andie, c'est ouf ce qui t'arrive. Laissons les autres parler, tu as bien raison, on t'aime pour ton caractère et ta façon de penser ❤️❤️	"influenceuse authentique" "internaute attends patiemment les vidéos" "félicitations pour la marque" "apprécie l'influenceuse pour son caractère et façon de penser"
C'est pas dans mes habitudes de commenter des vidéos YouTube mais vraiment je kiff ce format! Je trouve ça super intéressant de voir tous les côtés d'une marque, ça nous soule pas du tout continue ! en tout cas grosse force à toi	"intérêt pour contenu entrepreneurial" "encouragements"

Franchement Andie y'aura toujours des rageux focalise toi et sur milia peace que du love et plus de vidéo comme ca qui sont longue	"soutien l'influenceuse via à vis des "rageux"" "aime le format longue vidéo"
Bravo ! Tu es inspirante! Continues, l'authenticité est la clé, aujourd'hui c'est ce qu'on aime de toi!	"influenceuse authentique" "inspiration"
j'adore vraiment quand tu parles de ta marque j'espère que tu en feras d'autres!	"intérêt contenu entrepreneurial"
c'est vrai que ca me fait tres bizarre ce changement, j'espere que tu reprendra bientôt les vidéos comme avant dès que tout sera en main (d'abord finis la serie matcha) ps; le matcha fraise est tellement bon omgg avant j'en prenais un pas tres quali mais comparer a celui la... INCROYABLE (meme ma mere a commencé a en voir) merci bcppp tu le mérite	"changement de contenu perçu bizarre" "nostalgie anciennes vidéos" "internaute consomme produits de la marque" "influenceuse mérite son succès"
Hello, je ne sais pas si tu vas voir mon commentaire mais je voulais te dire que j'adorais tes nouvelles vidéos sur l'entrepreneuriat, c'est vraiment super inspirant et motivant. Tu es une grande source de motivation pour moi et j'ai enfin sauté le pas pour créer ma chaîne Youtube cette année et je n'ai jamais été aussi heureuse, merci !!	"intérêt contenu entrepreneurial" "inspirante et motivante"
Le quotidien de millions de personnes qui se lèvent et se préparent pour aller au travail. Seulement le narcissisme et l'égoïsme à atteint un tel niveau que maintenant on se filme.	"influenceuse égocentrique"
J'adore ce type de contenu, personnellement ça m'intéresse de fouuuu d'en voir plus sur le côté entrepreneurial ! Je trouve ça hyper inspirant et j'aimerais bien me lancer là-dedans aussi un jour donc c'est hyper intéressant de voir l'envers du décor T'es trop une inspiration Andie continue comme ça	"intérêt contenu entrepreneurial" "inspirante et motivante"
Mon avis : Tes vidéos sur ta marque sont incroyables et je les affectionne particulièrement comme je pense la majorité de tes abonnés mais comme il en faut pour tout le monde et que tu fais deux vidéos par semaine pourquoi pas faire une vidéo qui ressemblerait plus à ton contenu d'avant ta marque et une autre vidéo sur ta vie de chef d'entreprise un peu plus légère pour documenter et archiver tout ça et puis tu n'auras pas à te casser la tête pour trouver deux contenus complètement exclusifs. Voilà tu es géniale et je te souhaite toute la réussite du monde	"intérêt contenu entrepreneurial" "propose de refaire des vidéos comme avant pour plaire à tout le monde" "aide l'influenceuse à trouver un équilibre"
Hello Andie, je te suis depuis plusieurs années maintenant, quasiment le début et je suis fière de toi et de ton évolution. Cependant j'ai vraiment l'impression que tu délaisses YouTube de plus en plus... avant c'était inconcevable pour toi de loucher ne serait-ce qu'une vidéo mais maintenant j'ai l'impression que nous ne sommes plus ta priorité et je trouve ça dommage.. Tes dernières vidéos tournent beaucoup autour du matcha, qui n'intéressent pas tout le monde donc accoupler au fait qu'il y ait moins de vidéos, j'ai l'impression que la team du début se fait	"fière de l'influenceuse" "impression que l'influenceuse délaisse youtube" "sentiment de ne plus être la priorité de l'influenceuse" "bcp trop de vidéos sur la marque" "moins de vidéos" "team du début se fait abandonner" "souhaite de l'accomplissement à l'influenceuse"

un peu abandonner. Cependant j'espère évidemment que ton ascension continuera au mieux, et que tu vendras encore pleins de Matcha ! Passe une bonne journée. Bisou !	
Incredable ta vidéo ! C'est très inspirant de voir comment tu gères ton entreprise	"inspirant" "intérêt contenu entrepreneurial"
Bravo pour tout ça ! Mais c'est vrai que ça parle bcp bcp bcp de la marque	"contenu trop autopromotionnel"
Merci pour cette vidéo !! Je trouve que montrer un quotidien de cheffe d'entreprise est vraiment intéressant à voir et pour ma part, c'est sûr que je suivrai toutes ces vidéo !	"interet contenu entrepreneurial"
enfiinnnnnn, bravo andie ! perso j'adore le contenu en mode entrepreneuriat, c'est super interessant, de toute facon tu pourrais faire n'importe quelle vidéo je la regarderais mdr, tu est devenue notre rendez vous youtube quoi qu'il arrive !	"interet contenu entrepreneurial" "regarde toutes les videos car rdv youtube"
super vidéo ! mais j'espère que malgré tout tes gros projets tu resteras simple et tu reprendra ton style de vidéo d'avant (24h, voyage... etc) 😊 sinon continue comme ça c'est incroyable !	"crainte que l'influenceuse ne soit plus simple" "nostalgie anciennes videos"
j'adore les vidéos travaillées mais alors qu'est-ce que j'ADORE les vlogs et les vidéos simples et "naturelles" comme celles la <3 encore une super vidéo Andie (trop hâte qu'il y ait du restock sur les matchas pour que je puisse ENFIN goûter!)	"aime le format simple et vlog proposé par l'influenceuse"
salut andie ça fait longtemps que tu n'as pas fait un 24H je mange ce que je veux...à part ça super vidéo et incroyable projet!! Je suis super contente pour toutes les belles choses qui t'arrive	"nostalgie anciennes vidéos" "felicitations pour le projet"
Coucou Andie, j'aime bien tes vidéos mais tes vidéo de bases me manques, t'es la seule youtubeuse que je suis et je suis contente pour ton commerce mais le mood de Noël me manque très franchement.. dommage	"nostalgie anciennes videos"
C'est fou tout ce que tu continues à proposer comme contenu alors que tu viens de lancer ta marque ! Puis les restocks hyper rapides, tu ne dois pas t'arrêter Prends soin de toi !	"impressionné par la quantité de contenu proposé"
Coucou Andie ! J'ai tellement adoré visionner cette vidéo ! Je t'en supplie, refais nous une vidéo similaire ! On peut tellement bien te découvrir. On apprend autant de ton métier, ton quotidien, ton équipe et de toi ! Un plaisir de voir la girl boss que tu es ! <3	"interet contenu entrepreneurial"
J'ai adoré ce format, plus naturel et aussi super intéressant niveau contenu. Merci beaucoup.	"aime le format simple et vlog proposé par l'influenceuse"
Omg ce type de vidéo est incroyable de te suivre au quotidien et de voir les backstages est super intéressant, j'adore, toujours aussi naturelle on aime, gros bisous !!	"aime le format simple et vlog proposé par l'influenceuse" "interet contenu entrepreneurial"
Une de mes vidéos préférées de ta chaîne, j'adore te voir vraiment au naturel, merci !	"aime le format simple et vlog proposé par l'influenceuse"

concept tellement incroyable, c'est trop trop bien de te suivre dans ton quotidien	"aime le format simple et vlog proposé par l'influenceuse"
J'ai bien aimé cette vidéo mais personnellement ça m'a un peu remis dans le boulot enfin j'ai eu l'impression d'être au bureau moi aussi, alors que d'habitude j'aime regarder tes vidéos pour « m'évader » et penser à autre chose, donc je préfère quand tu nous partages des dégustations, des voyages, des découvertes qui me font plus sortir du quotidien et qui détendent +!	"impression de rester au boulot en regardant la video" "préfère les contenus pas entrepreneurials de l'influenceuse pour pouvoir s'évader"
J'AI ADOREEEE cette vidéo!!! De toute façon je suis a fond pour les longues vidéos!!! te suivre dans ta semaine a été super cool car on voit réellement ton quotidien et le temps que tu prends pour ta marque tu es très courageuse et déterminée, continue comme ça . Et je suis contente pour toi de voir que Jérémie te suis autant et te soutient dans la marque et tes ambitions	"aime le format simple et vlog proposé par l'influenceuse" "interet contenu entrepreneurial"
J'ai adoré cette vidéo, les longs vlogs comme ça c'est incroyable. Et franchement, je suis de plus en plus impressionnée, ça doit pas être évident de créer une marque, avec des bureaux et des employés à 22 ans, c'est hyper inspirant haha	"aime le format simple et vlog proposé par l'influenceuse" "impressionnée la marque"
Cette vidéo fait tellement du bien !!! J'adore on se sent vraiment proche de toi c'est simple naturel et convivial, comme avant j'espère qu'il y aura plein de videos comme ça a venir car c'est vraiment mes préférées	"aime le format simple et vlog proposé par l'influenceuse"
n fait, peu importe la vidéo que tu fais, on l'apprécie, parce que c'est TA personnalité qu'on apprécie. Tous les styles de vidéos sont agréables mais c'est vrai que celui-ci l'est vraiment +++ parce qu'on entre vraiment en immersion dans ton quotidien et qu'on comprend encore plus de choses et qu'on se sent vraiment très proche de toi !	"aime tous les contenus de l'influenceuse" "apprécie la personnalité de l'influenceuse" "aime voir le quotidien" "se sent proche de l'influenceuse"
J'ai adoré ce nouveau format ! C'est naturel et spontané et c'est tout ce que j'aime sur Youtube	"aime le format simple et vlog proposé par l'influenceuse"
C'est trop cool j'aimerais trop + de vidéos sur ta gestion de l'entreprise	"interet contenu entrepreneurial"
Mais j'adore ! Cette vidéo était vraiment top ! J'adore les vidéos coulisses de projets, de marques, je trouve ça toujours enrichissant ! Je dis oui pour une nouvelle vidéo du même style	"interet contenu entrepreneurial"
Geniaaaaaal ce format, c'est passionnant de voir les dessous de ta vie d'entrepreneure. Meilleurs vlogs !!!	"interet contenu entrepreneurial" "aime vlogs"
FAIT PLUS DE VIDÉOS COMME ÇA omg c'est tellement impressionnant, intéressant et motivant ! Je sais pas comme t'arrives à gérer toute ces nouvelles choses mais t'es vraiment trop forte j'ai adoré cette vidéo et ton authenticité !	"influenceuse authentique" "inspirante et motivante" "impressionnée de la marque"
J'adore quand tu fais des concepts, que tu testes des trucs, les vidéos drôles mais ça fait aussi du bien des vidéos comme celles-ci, chill, plus naturelles je pense	"aime le format simple et vlog proposé par l'influenceuse" "impressionnée du travail fournit par l'influenceuse"

que ça fait du bien de temps en temps (surtout que ça a eu l'air de te plaire !) donc c'est un grand oui pour faire ce genre de vlog plus souvent ! Tu travailles tellement, c'est impressionnant, une vrai boss à seulement 22 ans mais tu as raison de prendre un week-end off pour profiter de ta famille, c'est aussi méga important et on comprend	"l'influenceuse pour sa marque" "compréhensive que l'influenceuse prenne du temps off"
J'ai adoré ce format !!! C'était trop bien de voir ton quotidien sans filtre, j'espère qu'on aura plus de vidéos comme ça 😊. Quelle belle évolution, tu peux être fière de toi, je te suis depuis ton premier appart donc ça fait un moment haha.	"aime le format simple et vlog proposé par l'influenceuse" "fière de l'évolution influenceuse"
Coucou Andie, je me permets de réagir à ta vidéo. Tout d'abord merci de nous avoir partagé ton quotidien très rempli ! Dans l'ensemble j'ai bien aimé ta vidéo, mais je trouve ça vraiment dommage que tu ai loupé des super occasions de filmer des choses qui sorte de l'ordinaire comme par exemple la soirée Erborian en boîte de nuit. Cela aurai été tellement une valeur ajoutée à ta vidéo, un peu de rire, d'autres youtubeurs avec qui réagir, voir l'ambiance, les produits Erborian etc... De plus, ce n'est que mon point de vu, mais tu reçois une enorme valise de produit de la part de Sephora (je trouve ça vraiment abusé d'offrir autant à 1 seule personne bien que je pense que tu les donnes à tes proches) mais quand bien même cela est complètement disproportionner quand on sait que nous, client de chez Sephora Gold depuis des années on a même plus le droit a des echantillons en achetant pour des centaines d'euro... Personnellement cela crée une frustration et une incompréhension pour le spectateur de ta vidéo. Je suis la première à le ressentir... C'est vraiment déroutant tout ce que les marquent vous envoie gratuitement... enfin bref ça c'est la faute des marques. Mais tu nous montres cela donc tu es responsables aussi. Pourquoi pas faire un concours pour tenter de faire gagner cette valise ou bien des lots ? en fait c'est bizarre mais je trouve que tes concepts et chaine youtube regresse alors que tu sembles gagner de plus en plus d'argent ... franchement si tes prochaines vidéos c'est encore toi qui te fait un porridge ou un matcha je vais clairement me désabonné et arrêter de regarder tes vidéos .. c'est dommage car j'aimais beaucoup ta chaine	"contenu répétitif" "internaute songe à se désabonner" "internaute envie des produits reçus jugés disproportionnés" "trouve l'influenceuse responsable de surconsommation et surprésentation des produits envoyés par les marques" "frustration ressentie devant la vidéo" "aime voir le quotidien" "propose de faire un concours pour gagner des produits" "aimait bcp la chaine avant"
Je te trouve hyper indécente pour les personnes qui te suivent et qui n'ont pas les moyens , tu es plus heureuses dans ta vie ? Évidemment que non on voit une femme qui n'a pas de valeur et principes juste déconnecter de la réalité	"influenceuse indécente" "déconnectée de la réalité" "pas de valeurs ni principes"
Je commence à m'ennuyer de plus en plus devant tes vidéos parceque j'ai l'impression de voir h24 la même chose	"contenu répétitif"

ça fait trop du bien ce genre de vidéos c'est mes préférés!! et t'en fais pas pour le matcha meuf ça fait tellement partie de ta vie c'est NORMAL que t'en parles !!!!	"aime que l'influenceuse parle de la marque et trouve ça logique"
C'est le titre de trop Je me suis désabonné	"internaute se désabonne"
Je vais pas faire un commentaire aussi constructif que certaines personnes on pu faire mais Andie n'écoute pas les gens vraiment la plupart ne supporte juste pas de te voir réussir ce que j'appelle des jaloux !	"soutien l'influenceuse et dit que les rageux sont jaloux de sa réussite"
C'est la première fois que je laisse un commentaire sous une vidéo youtube, et je me sentais obligée. Je suis tellement étonnée par les commentaires négatifs « tu as changé », « fausse modestie », « pourquoi un dîner avec tous ces influenceurs? ». Mais bon sang soyez fiers d'elle et de tout son chemin parcouru qui est exemplaire et une motivation pour nombreux d'entre nous! La création d'une marque/entreprise prend ÉNORMÉMENT de temps mais à côté de ça elle prend le temps de se réinventer dans chacune de ses vidéos. Vous parlez d'influenceuses et de budget pharamineux pour une soirée. Mais QUI offre 3 voyages au Japon pour 2 personnes? QUI prend le temps de téléphoner à chacun des gagnants? Alors oui Andie côtoie des grandes figures de l'influence, elle évolue dans son milieu, mais elle reste fidèle à elle-même et ses valeurs. Andie qui quelques semaines plus tôt était encore assise dans son dressing à trier ses produits de beauté pour faire plaisir à ses équipes et abonnés. Chacun est libre de penser comme bon lui semble, mais ne voyez pas le mal partout.. Alors merci Andie pour toutes cette énergie et motivation à travers tes vidéos	"internaute ne comprend pas les commentaires négatifs" "fière de l'influenceuse et succès de sa marque" "soutien l'influenceuse et dit qu'elle est généreuse et apporte des exemples" "comprend l'évolution de l'influenceuse" "reste fidèle à elle-même et ses valeurs" "remerciements envers l'influenceuse"
Je commente très rarement mais là c'était nécessaire ! donne : PURÉE, Andie tu fais un taf de ouf que ça soit du côté de Milia Matcha ou de ytb, t'es vidéos sont du miel à regarder, ta douceur, ta gentillesse, ta façon de parler ect c'est un pur bonheur à chaque fois que tu sors une vidéo ! La petite musique de fin est incroyable je m'en lasserai jamais ! 😊 Tu peux être tellement fière de toi ! Plein de bonheur et de réussite pour la suite ! 🌟	"remercie le travail fournit vidéos et marque" "fier de l'influenceuse"
Ça fait 5 ou 6 vidéos que je n'arrive pas à dépasser les 5 minutes de visio tellement c'est complètement déconnecté. Elle a oublié qu'on la suivait justement pck elle était vraie rien de surdimensionné. Mais la ...	"déconnectée de la réalité"
Je me rallie aux autres commentaires, alors oui c'est très beau, mais ça fait très bling bling et superficiel ce type de contenu. Sans parler des influenceurs invités... la moitié ont l'air d'être là que pour se montrer et gratter des cadeaux. Ça ne me correspond plus du tout et globalement je ne me reconnais même plus dans l'univers de la marque	"contenu trop superficiel" "l'internaute ne se reconnaît plus dans l'univers de sa marque"

Merci Andie pour toutes ces vidéos dans ce format en ce mois de novembre, j'ai adoré !! Et ne prête pas attention aux critiques que tu peux recevoir. Ton acharnement dans le travail et ton naturel sont ta réussite et tu peux en être fière :)	"influenceuse naturelle" "l'influenceuse mérite son succès" "internaute adore le contenu" "dit à l'influenceuse de ne pas se tracasser des critiques"
coucou, je commente rarement les vidéos, mais j'ai parcouru un peu les commentaires et je tenais à dire que c'est une très bonne idée d'inviter des abonnés aux événements si c'est possible pour les prochaines fois. Tu ferais un vrai lien entre toi, ta marque et tous ceux qui te suivent !! Par contre je trouve que certains commentaires oubliés qui est à l'origine de la marque, Andy a beaucoup travaillé sur ce projet, et n'a peut-être pas eu envie pour le moment d'inclure d'autres personnes que son entourage (influenceur ou pas) ou, elle n'y a tout simplement pas pensé car ça ne fait que 1 an qu'elle a sa marque. Les projets et les façons de voir les choses peuvent évoluer, essayer de donner votre avis sans juger 💖 En tout cas je tiens à te féliciter pour ton travail, moi je trouve que même si ta marque prend beaucoup d'ampleur dans ta vie et au sein des vidéos, personnellement ton contenu reste toujours agréable à regarder. Bon courage pour la suite, pleins d'amour et de réussite à toi et à ton équipe ✨	"suggère d'inviter les abonnés aux futurs événements de la marque" "invite les autres personnes de la communauté de réfléchir avant de commenter" "félicitations pour le travail fourni" "contenu agréable"
Je pense qu'il faut systématiquement arrêter de dire que les gens qui ne se retrouvent plus dans son contenu sont jaloux. Je n'envie absolument pas la vie d'Andie, je suis très contente pour elle, elle a travaillé énormément pour arriver jusqu'à là, et si elle est heureuse de ce qu'elle a obtenu tant mieux pour elle, vraiment ! Cependant, je ne regarde plus les vidéos comme avant, ce style de vidéo avec des influenceurs ne m'intéresse tout simplement pas. Tout comme tout ce qui touche au 🍷 que je n'aime pas ou encore à l'entrepreneuriat ! Je ne suis juste plus la cible de son contenu et ce n'est pas grave. 🙄	"content du succès de l'influenceuse et sa marque" "n'est pas intéressé par le contenu entrepreneurial et la marque et dit que ce n'est pas grave" "reconnait ne plus être la cible de son contenu"
Andie (et Jérémie), les commentaires me font vraiment de la peine quand on sait tout le travail que vous fournissez JOUR ET NUIT pour Milia Matcha :(Vous avez bien le droit de célébrer de temps en temps et je pense que c'est normal, notamment dans le milieu de l'influence, de faire des événements comme ça. Une entreprise ne se résume souvent pas juste à vendre des produits et c'est tout, il y a toute la stratégie marketing derrière, de l'événementiel, des valeurs, du branding, ... Peut-être que les gens ne s'en rendent pas compte parce que, pour beaucoup de marques, on ne sait presque rien sur qui est derrière et on ne voit pas forcément tout ces événements. Les gens ne sont jamais contents : quand tu loupes de poster une vidéo, quand tu en postes mais que c'est trop sur milia matcha, etc. Personnellement, j'adore ton nouveau contenu, plus axé sur l'entrepreneuriat,	"estime que l'influenceuse a le droit de célébrer le succès de sa marque" "est triste de voir les commentaires négatifs sur la marque alors que l'influenceuse travaille énormément" "dit que les gens ne sont jamais contents" "intérêt contenu entrepreneurial" "soutien à l'influenceuse" "propose de réduire la cadence des contenus pour le bien de l'influenceuse"

justement tu évolues et c'est ça qui est intéressant, motivant, et enrichissant :) Vous êtes tellement courageux de montrer tout l'envers du décor avec autant de transparence, et de fournir autant de travail. D'ailleurs, n'hésite pas à ralentir le rythme de vidéo si tu en ressens le besoin, ceux qui te soutiennent vraiment comprennent que c'est pour ton bien. On est pleins à vous soutenir 💕💕 Bisous à toi et Jérémie et on est super fiers de vous, vous méritez de célébrer !!	
e suis tellement heureuse pour Andie que je regardais bien avant qu'elle « perce », l'attachement que j'avais venait du fait qu'elle ressemblait à tout le monde, avec les pieds sur terre et très proche de sa communauté. Je savais qu'un jour elle percerait parce que c'est une bosseuse de malade et qu'elle le mérite mais je savais aussi qu'elle perdrait tout ce dont pourquoi je la suivais. Pour rien au monde je lui souhaiterai de retourner à sa vie d'avant. Je suis profondément heureuse mais ce n'est plus mon type de contenu... Ça a été exactement la même chose pour Lena, c'est tellement devenu l'opposé de ma vie que je n'arrivais plus à m'identifier et là c'est la même chose avec un degré différent puisqu'Andie a un plus conscience de la vie du commun des mortels ahaa. Mais je sais qu'elle perdra tout ça au fur et à mesure. Donc je suis extrêmement heureuse mais ça ne me ressemble plus du tout... Je lui souhaite tout le bonheur et la réussite du monde alors faites de même parce qu'elle le mérite mais évidemment vous pouvez ne plus aimer la tournure de la chaîne	"reconnait ne plus être la cible de son contenu" "l'influenceuse a les pieds sur terre" "merite son succès" "l'influenceuse travaille beaucoup"
Relance ta chaîne milia matcha à ce stade 😂😂 sa tourne que sur sa mtn c plus comme avant c dommage les ancienne vidéo manque 😞	"la chaine youtube tourne uniquement autour de la marque" "nostalgie anciennes videos"
Trop artificiel je me retrouve plus dans tes vidéos Andie désolée 😞	"trop superficiel" "ne se reconnait plus dans le contenu de l'influenceuse"
C'est grandiose. Est-ce qu'à l'avenir on peut espérer des vlog sans que tu parles de ton travail? Comme à l'ancienne finalement	"nostalgie anciennes videos" "veut des vlogs sans parler de son travail d'entrepreneuse"
Étant dans la communication, j'aime trop ce format de vidéo, le fait de voir l'envers du décor, l'organisation etc c'est hyper cool en plus c'est naturel ! J'espère que tu continueras ce format et les vidéos longues aussi de temps en temps 🥰🥰	"influenceuse naturelle" "inspirant de voir l'envers du decor de la marque"
Moi j'ai kiffé tu me divertie tous les dimanche et mercredi. Rien de choquant tu évolues et c'est bien. Tout ce qui critique s'il était invité n'aurait rien eu a dire s'il était présent. Continue comme ça tu seras au coté des grands comme Léna. Pour ton travail. 🥰🥰🥰	"l'influence evolue positivement" "félicite pour son travail"
C'est désastreux et étonnant de voir que ce sont principalement des femmes qui critiquent Andie et sa réussite. Vous ne pouvez pas juste être contente et admirative de tout ce qu'elle entreprend ? Malgré le temps que lui prend son entreprise, elle continue de	"ne comprend pas que les femmes critiquent le travail de l'influenceuse" "l'influenceuse se tracasse de sa communauté" "l'influenceuse est généreuse envers sa communauté" "n'aime pas les critiques sur l'influenceuse"

penser à sa communauté en postant 2 vidéos par semaine (qui ne sont pas que focus sur sa marque Milia) et surtout en offrant 3 voyages au Japon. Je ne connais pas beaucoup d'influenceur autant engagé qu'elle, donc si aujourd'hui vous n'aimez plus ce qu'elle propose, il y a un bouton se désabonner et ne regardez plus ses vidéos. C'était mon premier commentaire ever sur YouTube, mais les critiques c'est too much. Andie, you go girl! 🍷	
N'écoute surtout pas les gens qui disent que c'est trop d'argent dépensé, que c'est hypocrite ou tout ce que j'ai pu lire! Je trouve plutôt ça très honnête de montrer l'envers du décor de manière aussi franche. C'est super c'est totalement le genre de vidéo qu'on adore voir et continue à nous faire des vidéos pour nous montrer l'envers du décor. Et les gens qui disent qu'il faut utiliser ce budget pour baisser les prix ne comprennent pas grand chose au commerce.. en tout cas j'ai adoré tes vidéos sur ce mois de novembre. Beaucoup de milia matcha oui mais enfaite c'est ta nouvelle vie de cheffe d'entreprise! Bravo à toi pour ces réussites 😊 (Je commente jamais de vidéo mais je me devais de te donner de la force après avoir lu ça!)	"l'influence est honnête" "le contenu sur la marque ne derange pas l'internaute et l'apprécie" "félicitation pour la réussite"
mais les gens qui se plaignent qu'elle parle trop de millia matcha ? les gars, c'est sa marque, elle est patronne, c'est son travail ? comment voulez-vous qu'elle vlog une journée ou 2 jours sans parler de ça puisqu'elle fait ça littéralement toute la journée et même les week-ends ? faut digérer que ça fait parti de sa vie maintenant, si ça vous plaît pas il vaudrait mieux se désabonner	"ne comprend pas que les gens critiquent qu'elle fasse des videos sur sa marque"
Aaahhhh c'est bon je fais ma crise ! Je comprends que certains voient que le contenu change et n'aiment pas trop ça mais franchement... grandissez... ! C'est une marque. Comment une marque gagne en visibilité ? En faisant des publicités, et en fidélisant ! Et devinez quoi ? Un des moyens de parvenir à cet objectif, c'est de faire découvrir la marque à des influenceurs ! Et qu'on le veuille ou non les influenceurs sont devenus de vrais panneaux publicitaires à l'âge d'internet ! Je réagis car je vois des commentaires de ce style de plus en plus souvent, et que je ne commente pas (par paresse), mais je pense qu'il est important que tu saches Andie que certaines personnes (voir beaucoup) comprennent tes « moves », après ça n'empêche pas les critiques bien sûr... (parfois on n'aimerait une vidéo différente, un peu moins de si, plus de cela) mais franchement je suis satisfaite (car rare sont les youtubeurs qui en montrent et produisent autant et avec une telle de régularité !). Donc je pense que ce les gens essayent de te dire avec visiblement beaucoup de difficulté c'est : BRAVO ! Voilà 🥳	"explique aux autres comment fonctionne une marque pour contre argumenter leur point de vue négatif sur la promotion de la marque" "dit à l'influenceuse qu'elle comprend les gestes marketing derrière la marque" "felicite pour la régularité de son contenu"

« J'ai jamais eu de cadeau comme ça à Noël » mais en fait c'est toi qui choisit d'offrir ces cadeaux aux influenceurs. Puis bon ils reçoivent des cadeaux comme toi tu en reçois des marques. Tu montres les choses comme si c'était extraordinaire. Bien sûr ça l'est pour toi, pour ta propre personnalité et ta réussite d'entrepreneuse en tant que jeune et je comprends ton excitation mais je ne trouve pas ça très modeste et humble. J'ai l'impression que tu ne fais pas la part entre la Andie de YouTube et la Andie entrepreneuse. Personnellement je prends de moins en moins de plaisir à te suivre à voir sans cesse Milia matcha sur ta chaîne. Ta chaîne est devenue de celle qui achète plein de trucs chers et surconsomme et de celle qui veut absolument montrer les choses super fancy qu'elle fait au nom de sa marque.	"l'influenceuse manque de modestie" "l'influenceuse ne fait pas la différence entre la elle de youtube et la elle entrepreneuse" "l'internaute se lasse de voir le contenu sur la marque" "l'influenceuse est surconsommatrice"
C'est devenue une chaîne YTB Milia Matcha en fait 😊	"chaîne centrée sur la marque"
Trop cool je te suis depuis un moment et j'adore tes vidéos ! Tu es simple, naturel, belle et sans filtres. Tu es une super personne alors restes comme tu es ne changes jamais 😊😊 De plus j'aime beaucoup le concept de ta chaîne, je te souhaite d'être heureuse et d'avoir une belle vie 😊 (PS : Jeremy et toi vous me faites vraiment trop rire vous formez un très beau couple qui se complète 😊 et merci et bravo à toute l'équipe Milia Matcha vous faites du travail fabuleux (on a trop tendance à oublier les personnes derrière tout ça))	"l'influenceuse est naturelle et sans filtres" "contenu agréable" "internaute fidèle" "félicite l'équipe derrière la marque"
Pour la question sur le contenu répétitif, je suis totalement d'accord, si ce n'est pas Milia Matcha c'est le Japon, si ce n'est pas le Japon c'est son assistante si ce n'est pas ça alors c'est une vidéo rangement.. Donc bon il faut revoir les plannings	"contenu répétitif"
10:07 (pour toute la partie liée à cette question) en fait je suis d'accord sur le fait que tu ne postes pas que du contenu milia matcha, mais quand on regarde sur les dernières vidéos par exemple, quand ce n'est pas Milia matcha ça reste un peu centré sur le Japon, sur ton assistante (même si on l'adore ♡) etc... D'ailleurs justement dans les titres tu ne dis pas son prénom mais "mon assistante", donc personnellement c'est vrai que ça donne l'impression que les vidéos sont beaucoup centrées sur l'entreprise (d'ailleurs j'ai vu la suite et je ne critique pas le fait que tu la nommes de cette manière mais juste que encore une fois ça peut faire penser à Milia Matcha). Mais malgré tout je suis très heureuse pour toi et si tu es heureuse des vidéos que tu fais alors tant mieux ! ❤️ Je regarde moins les vidéos qu'avant mais en tant que personne tu n'as pas changé (je trouve) et ça c'est bien	"contenu répétitif" "vidéos beaucoup centrées sur la marque" "influenceuse fidèle à elle-même"
Moi j'adore tes vlogs mais aujourd'hui ta marque fait partie intégrante de ta vie, donc tout ton vlog tourne	"contenu trop centré sur la marque" "contenu répétitif"

autour de ta marque et à force c'est vrai que ça peut faire beaucoup... Avant ta vie tournait autour d'autres choses, des choses plus simples ,plus variées et maintenant n'avoir quasi que du contenu autour de ça me donne moins envie de suivre toutes tes vidéos	
ça fait des années que je te suis et je te jure que j'adore regarder tes vidéos elles sont trop douces et ça peut importe le sujet !! C'est comment tu les mets en forme et t'as personnalité qui rends ça intéressant je verrais tjrs tes vidéos même avec des contenus très différents. C'est super normal que ton contenu change tu évolue aussi ! prends soin de toi	"le contenu évolue positivement" "adore regarder toutes les videos"
C'est totalement ce que j'aime sur YouTube, que ce soit vrai, authentique et fluide pas des grosses prod où on dirait des films je suis pas fan et du coup j'adore ta chaîne peu importe ce que tu postes je regarde je passe un bon moment ❤️	"aime le format simple et vlog proposé par l'influenceuse" "contenu authentique et vrai"
Pour le contenu vraiment fais ce que toi tu veux, même si c'est que des vlogs peu importe, ce qui rend une vidéo incroyable c'est pas obligatoirement le concept, un truc nouveau etc, c'est la personne qui l'a fait !! Tu peux faire ce que tu veux nous on aimeras toujours autant !! Looove continue tu dead	"aime toutes les videos de l'influenceuse car aime sa personnalité"
Coucou Andie, franchement je te suis depuis des années maintenant tu es ma youtubeuse préférée et de loin, je fais partie de 10 000 premiers abonnés, je t'ai vu grandir évoluer et je suis tellement fière de ce que tu es devenu, personnellement j'adore toutes tes vidéos, je les vois dès leurs sortie et je suis toujours aux anges avec n'importe quel type de concept de vidéos, bien sûr je kiff les vlogs au bureau les dégustations etc mais c'est clair que parfois les autres concepts de vidéos anciennes me manquent, après il faut que tu fasses ce que tu aimes et on peut toujours aller regarder de nouveau les anciennes si jamais ! Voilà gros bisous ❤️	"internaute fidèle depuis des années" "fier de l'influenceuse" "nostalgie anciennes videos"
Moi personnellement je trouve hyper intéressant tes contenu business	"intérêt contenu entrepreneurial"
Je regarde tes vidéos depuis si longtemps et j'adore toutes les sortes de contenus que tu sort. Mais stp ne me dis pas que tu ne va plus jamais sortir les vidéos ou tu test des choses ou de la nourriture ? Naaan. Mais malgré ça j'adore t'es vlogs etc..	"nostalgie anciennes videos"
Je ne commente pas souvent mais c'est sur qu'il faut que tu t'écoutes. On grandit et forcément nos centres d'intérêts aussi. La partie business est très intéressante, ne t'inquiètes pas	"l'influenceuse doit s'écouter" "interet contenu entrepreneurial"
Je te suis depuis ton premier appart, je ne loupe pas une vidéo et s'il fallait choisir plus qu'une youtubeuse à regarder ce serait toi!!! Tu n'as jamais changé la personne que tu es malgré ton expansion et ça ça n'a pas de prix 🐻🐻	"fidèle a elle meme malgré son succès"

C'est grâce aux contenus « business » que j'ai commencé à aimer tes vidéos et à découvrir davantage ta personnalité ! Personnellement j'adore	"interet contenu entrepreneurial" "aime la personnalité influenceuse"
Perso je suis ton contenu et je trouve pas que c'est redondant ou autre tu parles pas non plus hyper souvent de ta marque . Donc ne te sens pas coupable t'en parles vraiment pas tant que ça	"ne trouve pas le contenu répétitif ou trop centré sur la marque"
Ne change rien ! Ta chaîne mélange pleins de styles de vidéos et c'est ça qui est bien , concept vlog vidéo plus travaillée , c'est ça qui fait la force de ta chaîne YouTube , ton authenticité et ta capacité à faire de n'importe quel sujet une vidéo chouette à regarder ! Bisssssous	"apprécie l'authenticité sur la chaine"
sache que peu importe la vidéo, moi je te suis pour toi, ta personnalité, donc que ce soit + des vlogs entrepreneuriat ou des dégustations, ou juste t'écouter parler et répondre à des commentaires, j'aimerai, parce que c'est toi :))	"aime tous les contenus de l'influenceuse" "apprécie la personnalité de l'influenceuse"
Pour moi tu grandis simplement et les gens doivent l'accepter. Tes vidéos entrepreneuses sont super intéressantes! Continue et surtout prends soin de toi !	"la commu doit accepter que l'influenceuse grandit" "interet contenus entrepreneurial"
Salut Andie Je voulais te dire que j'adore tes videos qui concerne Millia Matcha C'est vraiment trop bien c'est super interessant de voir les blackstage Dans tous les cas c'est ta chaine donc il faut que tu fasse ce que tu veux sans que tu fasse a l'avis des autres	"interet contenu entrepreneurial" "l'influenceuse doit faire ce qu'elle veut car c'est sa chaine"
Les gens se plaignent constamment de ton contenu un moment donné, ce n'est plus pour eux et tant pis ! Justement tu restes authentique de faire ce que toi tu aimes, et le public à qui ça intéresse regarde 🍷	"l'influenceuse est authentique" "soutien a l'influenceuse envers les haters"
Merci Andie pour tes vidéos que je trouve toujours très intéressantes et super sympa 🍷 surtout ne culpabilise pas si les gens ne sont pas contents ils vont ailleurs...ne change rien tu es super et bravo pour tout le travail que tu accomplis 🍷 Je t'écoute en marchant, en cuisinant et franchement j'adore 😊	"soutien a l'influenceuse envers les haters" "l'influenceuse ne doit pas culpabiliser" "felicitations pour tout le travail accomplis"
Moi je suis juste émue, très émue de te voir grandir et t'accomplir. Je vois en toi beaucoup d'humilité, et de pudeur. j'aime beaucoup l'énergie que tu dégages, ta bonne foi et bonne volonté. Je te suis depuis le touuuuuuuut début, et j'ai vécu avec toi chaque étape de ta vie, et te voir t'accomplir comme ça me rend fière !! Tu es une bosseuse, et une personne en or. Je te connais pas personnellement mais ça se voit que tu es TOI, tu es VRAI. et gros coeur sur votre couple qui est SAIN !! et ça se voit. Bref, gros bisouuuus, et petite question, est ce que tu as des vlogs voyage qui reviennent ? vu que j'ai compris que tu passais 2 mois hors Paris et hors japon !	"internaute émue de l'évolution de l'influenceuse" "suite l'influenceuse depuis le début" "l'influenceuse est vraie" "fier du succès de l'influenceuse et sa marque"
Mais c'est dingue dans chacune de tes vidéos, tu ramènes tout à : je travaille trop, vous ne vous rendez	"l'influenceuse est superficielle"

pas compte de ma vie c'est trop dur... T'es entrain de devenir une pick me damage	
Okay t'as fait ton entreprise c'est super on est content pour toi, okay ça prend prend de la place dans ta vie mais j'ai l'impression que plus tu nous partage ta vie d'entrepreneuse moins je prend à regarder tes vidéos, c'est pas méchant hein	"l'internaute se lasse des contenus sur la marque"
Je crois que c'est mes videos préférées tes vlogs sur une semaine, c'est à la fois divertissant et surtout inspirant de pouvoir te suivre dans ta vie d'entrepreneuse	"aime les vlogs" "aime suivre le quotidien d'entrepreneuse"
Je vais parler en tant qu'acheteuse de la marque, personnellement j'ai perdu foi en Millia Matcha depuis quelques semaines... déjà vis-à-vis du pricing, et encore plus en suivant les différentes vidéos depuis la sortie de la marque. Grosse sensation de mettre son argent dans un bon 75% pub, depuis quelques mois on surfe sur des events à pertes (tout le monde sait que faire un pop up c'est avant tout pour se faire connaître, personne ne sort "gagnant" financièrement d'un projet comme celui ci et encore moins au regard de l'envergure de ce dernier), et du marketing centré sur une image de marque. J'aspirais à un développement autour des petits producteurs, de la qualité, du savoir-faire, au lieu de ça plus les mois passent plus Millia "dénature" le produit, je me suis complètement détourné du projet alors qu'à la base je te suis depuis des années et j'ai toujours soutenu Millia (acheteuse comme je le disais). Au lieu de travailler à rendre ton produit plus accessible tu dépenses des centaines de milliers dans des événements éphémères, sachant que ton produit gagnerait tellement à être plus abordable pour augmenter tes ventes, gagner de nouveaux clients, plutôt que de développer ton marketing ainsi. Et même, pour tes acheteurs qui te soutiennent depuis des années, l'image que ça renvoie au niveau de la gestion de la marque je pense que c'est pas terrible ; Bref, je suis déçue des campagnes et de l'évolution de ta marque, j'avais besoin d'exprimer mon ressenti. Bravo toutefois Andie pour le projet et j'espère que mon message sera compris <3	"le marketing de la marque présenté dans les vidéos dénature le produit initial" "internaute déçu de l'évolution de la marque" "internaute lassé du projet"
Je trouve que depuis un moment, les vlogs deviennent un peu répétitifs : milia matcha, essayage ou tri/rangement. Le titre disait "notre vie sans filtre", ça aurait plutôt dû être lancement matcha blanc et pop up tournée au final. Je trouvais les concepts de vidéo plus sympas avant !	"contenu répétitif" "nostalgie anciennes videos"
J'espère sincèrement que tu vas bien avec tout ce qui s'est passé... Personne, je dis bien PERSONNE ne devrait se faire harceler comme ce que tu as vécu. Les gens ne se rendent pas compte (j'espère) de l'ampleur de la haine concentrée sur une seule personne	"l'internaute s'inquiète de la santé de l'influenceuse à cause de la vague de critiques"

Félicitation mais je casse l'ambiance, a quand les vidéos qu'on kiffait tous de base où tu faisais "je mange ce que je veux, à paris, en Corée etc..."! Nous c'est ça qu'on veut 😊	"nostalgie anciennes videos"
Donc la on a plus de vidéos, les prochaines qui viendront seront portées uniquement sur ta marque/tes pop-up ou des dégustations. Je comprends que ta marque passe avant youtube mais c'est dommage de délaisser le réseau qui a construit ton succès	"contenu répétitif" "contenu trop centré sur la marque" "l'influenceuse délaisse youtube selon l'internaute"
Je sais pas vous mais avant je regardais énorme cette chaîne toutes les vidéos 2 fois par semaine depuis son déménagement de son rez de chaussée à Versailles mais depuis qlq mois je trouve ça moins intéressant presque uniquement basé sur sa marque ou un renouvelât des concepts. J'ai du mal à trouver une âme dans ses vidéos enft	"internaute lassé de la chaîne et demande si d'autres ressentent pareil" "contenu répétitif" "contenu trop centré sur la marque"
Infecte avec son mec, toujours autoritaire, des remarques desobligeantes...le gars prend un sac de sa marque, elle tout de suite : fais gaffe de pas les abimer ! Insupportable, il sst temps de redescendre...	"influenceuse perçue comme insupportable"
Encore une fois tu peux être fier de toi et Jeremy quelle évolution je te suis depuis tes débuts surtout ne change pas tu es génial pétillante sincère et c'est ce qu'on aime bravo j'espère un jour en Belgique ❤️	"fier de l'évolution de l'influenceuse et de la marque"
Cette prise de parole était nécessaire ! Tout est très clairement justifié, nous qui te connaissons depuis plusieurs années aimons ton contenu et son évolution, comprenant Milia Matcha, les sponsors, les vlogs, Jérémie, tout ! On change tous, c'est tellement hypocrite de te reprocher de ne plus faire le même contenu qu'en 2018... c'est comme te reprocher d'avoir réussi, ça n'a pas de sens. Continue à rester comme tu es, naturelle, authentique, dans le partage, sans filtre, et sens toi libre de nous montrer tout ce que tu as envie, que ce soit sur YouTube ou sur les autres réseaux. Les gens haineux et envieux partiront d'eux même... Les commentaires YouTube maintenant on se croirait sur X, c'est tellement dur et la plupart du temps ce sont des gens qui ne regardent pas les vidéos entièrement et qui suivent la chaîne depuis quelques mois seulement... Courage Andie	"ne comprend pas que les gens critiquent" "apprécie le contenu et l'évolution de l'influenceuse et sa marque" "l'influenceuse est authentique" "internaute fidèle depuis des années"
Je fais aussi partie de ces abonnés de l'ombre, qui te suivent depuis des années sans jamais commenter... mais aujourd'hui, j'en ressens le besoin. Ton contenu se démarque vraiment parce qu'il est sincère, inspirant, et profondément authentique. Tu fais les choses avec passion, et ça se ressent. Continue à créer pour toi, à faire ce qui te plaît, ce qui te fait du bien. C'est ce qui te rend si unique. Ne laisse pas les critiques gratuites t'atteindre, elles ne reflètent en rien la valeur de ton travail ni la belle personne que tu es. On est nombreux à te suivre pour cette justesse, cette humanité, et cette honnêteté que tu partages avec nous depuis toutes ces années.	"contenu inspirant" "contenu sincère et authentique" "influenceuse humaine et avec des valeurs"

Andie n'oublie surtout pas que c'est TA chaîne tu fais absolument ce que tu veux et tu le fais pour toi pas pour les autres. Quand je venais de te rencontrer sur YouTube tu faisais ça par passion pour toi et que maintenant les commentaires haineux te mette des doutes sur ce que tu dois poster cela m'énervé. Ne change rien et je pense que faire cette prise de parole était nécessaire après tout les dramas que tu peut avoir.	"l'influenceuse doit faire ce qu'elle veut car c'est sa chaîne"
Je te suis depuis 3/4ans et je ne trouve absolument pas que ta personnalité à changer dans tes vidéos. Oui ton type de contenu à changer mais si certaines personnes ne s'y retrouve et ben qu'ils PARTENT ?? Je ne comprends pas le principe de critiquer, si ça ne te plaît pas, tu ne regardes pas c'est tout. Personnellement, J'ADORE tes vidéos, j'adore quand tu parles de Milia Matcha, j'adore quand tu te confies et que tu parles de ce qui ne va pas forcément Je comprends totalement que toutes ces remarques t'impacte sur ta manière de faire tes vidéos, j'espère sincèrement que ces remarques vont s'arrêter. Nous on t'adore Andie, je me retrouve beaucoup en toi et dans ta personnalité. Tu vis et fais des choses incroyable, continue de le partager 	"l'influenceuse n'a pas changé de personnalité malgré son évolution et son succès" "interet pour contenu entrepreneurial"
Je commente très peu les vidéos des youtubeurs, mais honnêtement Andie fais ce que tu aimes. Ton contenu est très bien actuellement, le fait que tu aies créer une marque aussi jeune est si inspirant. C'est très intéressant de voir comment tu gères, ne t'arrête jamais de partager ce type de contenu. Je te donne beaucoup de courage pour tous ces blaireaux qui ne comprennent pas qu'on évolue en grandissant. Ton contenu te correspond et il est inspirant ne t'excuse jamais pour ça vraiment	"contenu agréable" "l'influenceuse doit faire ce qu'elle veut car c'est sa chaîne"

9.3.2. Corpus Maghla

Commentaires	Étiquettes
INCROYABLE !!! Merci beaucoup ça va être trop bien, j'ai très hâte de voir, déjà que j'adore les flippe et les sip (surtout avec Mastu c'est trop drôle)	"hâte du projet" "consomme déjà les sip"
Les gens qui dramatisent dans les com , tout va bien chez vous ? Je comprends que cela puisse faire débat mais abusé pas mdr	"demande aux gens qui commentent de se calmer"
Il est juste de se demander quel mérite Maghla a en commercialisant un livre contenant des histoires qui ne lui appartiennent pas. Seulement ce n'est pas juste d'omettre le fait qu'un livre comme celui-ci est un concept original. Elle a donc d'une part le mérite d'avoir adapté les "gossip" sous un autre format et de plus qui n'aurait sûrement pas eu la même visibilité que s'il s'agissait d'un anonyme ayant fait la même chose. Effectivement ces podcasts fonctionnent et c'est je trouve une bonne idée que de se "diversifier". Cela a donc à	"met en doute le mérite de maghla" "bonne idée de diversifier le business" "se soucie du consentement des rédacteurs des anecdotes" "soutien maghla dans le projet" "dis que les gens jugent à la moindre occasion"

mon sens le mérite d'être bien accueilli. Maintenant, pour aller davantage dans le sens des personnes critiquant négativement cette annonce, je pense aux personnes ayant partagé leur histoire qui l'ont fait dans le but de se retrouver spécifiquement dans le podcast. Il serait donc juste d'avoir le consentement des rédacteurs pour que leur histoire apparaisse également dans un livre. Pour conclure, je pense qu'il est bon de rappeler que les podcasts "sip & gossip" qui comportent les histoires de sa communauté, sont déjà probablement monétisés, la seule chose qui change c'est le format ! De plus, il est possible que Maghla se soit entretenue avec les auteurs des histoires qui sont ok avec cela... C'est attristant de voir comment certains sautent sur l'occasion pour descendre quelqu'un qui innove, au lieu d'être heureux pour celle-ci et de simplement questionner cette dernière sur la moralité de ce projet sans en profiter pour juger cette personne.	
C'est quand même une singerie parce que quand c'était un certain Squeezie qui commercialisait une BD avec le même concept, il s'était pas pris une sauce pour autant. Est-ce qu'on serait pas encore une fois sur une sauce purement misogynne ?	"denonce de la misogynie" "compare avec squeezeie"
On n'achètera pas ton produit médiocre de youtuber !	"refus d'achat du produit" "denigrement"
J'aime trop l'idéeeeee	"aime le projet"
je comprends pas le fond de l'attaque honnêtement, quand fred a sorti les dvd jdg, personne est venu lui casser les couilles en disant que c'était des vidéos youtube en l'occurrence ici le pari, c'est d'avoir des d'histoires originales avec en plus une production value d'un beau livre avec des bonus et des goodies, ça me semble assez worth honnêtement sans compter que ceux qui disent que ça monétise les histoires, c'est écrit que c'est des originales écrites avec celui qui fait les livres de bob lennon notamment donc je vois pas le rapport avec le plagiat des histoires de base c'est un livre inspiré de l'émission, c'est pas un livre financé par les histoires des gens je vois alors pas l'intérêt d'être une merde en inventant un problème qui existe pas et qui essaie de faire passer le livre pour ce qu'il est pas	"compare avec d'autres ytbr" "les gens inventent des problèmes" "ne comprend pas la polémique" "aime l'objet livre" "semble valoir le coup"
Ça y est, j'attendais que ça vienne maghla est devenu mainstream	"critique maghla"
Mais les gens qui critiquent, vous critiquez ceux qui produisent des films ?? Non mais vous savez c'est quoi PRODUIRE de quoi 🤔 franchement quand une femme est populaire vous perdez votre tête	"denonce misogynie" "essaye de raisonner les gens"
J'ai l'impression que beaucoup ne se rendent même pas compte de ce qu'est le youtube game aujourd'hui. Maghla c'est juste une égérie en soit, sur toutes ses vidéos y'a des gens derrière, toute une équipe. Et ça choque personne. Alors pourquoi la pour une BD ça choque ? C'est juste une continuité	"essaye de raisonner les gens"
Je me doute qu'on verra pas mon commentaire mais à tous les gens qui se plaignent, vraiment c'est SON concept depuis plusieurs années, elle est productrice de la BD puis vous pensez qu'ils l'ont dessinée eux même squeezeie ou inox? Ou genre c'est mister V qui prépare ses pizzas ou squeezeie son ciao kombucha? Bref donc oui c'est SON projet	"essaye de raisonner les gens" "compare avec d'autres ytbr" "légitimise que c'est le projet de maghla"
Hâte de la dinguerie qui vas sortir.❤️🍷🍷 Et pour toute les personnes qui critiquent on a pas besoin de votre avis. Merci pour se beaux projets	"hate du projet"

Ca préfère la thune à ça communauté 🍷 opportuniste de merrrde	"critique maghla" "opportunisme"
Franchement les gens qui critique je vous comprends pas C'est son concept depuis des années elle en fait des vidéos et des lives. C'est sur cette BD c'est pas elle qui l'a écrite mais elle a mit de l'argent et du temps pour commercialiser vos histoires .	"ne comprend pas les critiques"
J'écris ce commentaire pour une seule raison : inviter les gens à réfléchir un peu avant de parler. Je ne cherche pas à défendre Maghla, et encore moins à justifier les polémiques à son sujet. Mais je ne comprends pas pourquoi autant de personnes s'acharnent contre elle. Elle a clairement expliqué avoir travaillé pendant un an sur ce projet avec une équipe formidable. Évidemment qu'il y a une équipe derrière tout ça ! Elle ne s'est pas levée un matin en décidant d'écrire un scénario et de dessiner seule une bande dessinée. Ce genre de projet demande du temps, des compétences variées et une collaboration. Cela fait maintenant deux ans que ses vidéos Sip and Gossip, ainsi que leur version horreur, sont publiées sur sa chaîne YouTube. Certes, le concept d'inviter des personnes à raconter des anecdotes existait déjà, mais elle a su se démarquer, imposer son univers et construire une véritable communauté autour de cette série. Si les gens ont continué à regarder, c'est bien parce que le format leur plaisait. Lorsqu'on parvient à fédérer une communauté solide, il devient possible de développer des projets plus ambitieux. On l'a vu par exemple avec Squeezie et sa marque Ciao Kombucha, qui a rencontré un grand succès, ou encore avec le manga d'Inoxtag. Certains projets fonctionnent très bien, d'autres moins, et c'est normal. L'important reste l'investissement, le travail et la passion mis dedans. Peut-être que certains estiment qu'elle n'a pas travaillé autant qu'ils l'auraient souhaité sur ce produit. Mais on ne sort pas tous les jours une BD, un manga, une boisson, un roman ou n'importe quel autre projet à son nom. Si elle peut aujourd'hui se le permettre, c'est parce que sa série a toujours plu jusqu'à présent. Et lorsqu'un projet fonctionne et rassemble, il est naturel d'avoir envie d'aller plus loin. Évidemment, vous avez tout à fait le droit de ne pas être emballés par son projet, c'est votre liberté. Mais restons respectueux et essayons d'être un peu plus unis dans ce monde.	"invite les gens à réfléchir" "explique le principe du business" "exploque la volonté de diversifier un concept"
CES PAS TON PROJET TA RIEN FOUTUE DEDANS CES UN PROJET DE TON AGENCE QUI FOUS TON NOM DESSUS POUR VENDRE AU GAMINES QUI TE SUIVENT FUIEZ CE PROJET OU FAITE VOUS ARNAQUER MAIS CES UNE MYTHO CETTE TURBO GAUCHISTE	"critique maghla" "dit que maghla a rien fait dans le projet" "pseudo gauchiste"
Les gens vous puez le seum dans votre vie, sincèrement en 2026 y'a beaucoup plus important sur lequel se prendre le chou, franchement passez votre chemin et continuer vos vies avec un focus sur des choses + primordiale que de lynchez une personne juste parce qu'elle a une communauté avec laquelle elle fait littéralement son taff.	"critique les haters de maghla"
Super contente pour toi ! C'est un beau projet qui a du te demander beaucoup de travail, tu peux être fière de toi	"hate du projet"
N'écoute pas les autre moi je trouve que c'est un super progé donc ci ça te fais kiffé c'est cool ,en plus la plus par de ce qui critiquent ne pourrai même pas faire ça	"hate du projet" "soutien maghla"
Les gens qui disent que elle a juste signé c'est vraiment n'importe quoi vous vous rendez pas compte du travail derrière et en plus vous avez rien dit pour Inoxtag bizarrement	"compare avec d'autres ytbr"

Mais c'est une dinguerie, j'ai trop hâte 🤔🤔🤔 ! Bravo à toi Maghla 🥳 !!! Et vivent les Chipies 🥳	"hate du projet"
Oh waw j'attendais tellement je vais en acheter pour toute ma famille c'est faux !	"sacarsme sur le fait d'acheter"
Mais enfin je ne comprends pas les commentaires. Maghla a toujours monétisé vos histoires sur Youtube et Twitch et personne ne s'en plaignait. Le pire dans tout ça est que vous avez accepté qu'elle les ajoute à son livre (faut lire les conditions les gars). Donc il n'y a aucune raison de se plaindre, non elle n'a ni écrit ni dessiné les histoires du livre mais elle a vos autorisations pour les publier. En fait, c'est exactement la même chose pour la BD Instinct mais ça ne dérange personne cette fois-ci. Si sa BD ne vous plaît pas, vous ne l'achetez pas et continuez de regarder les vidéos gratuitement, personne ne vous met le couteau sous la gorge pour l'acheter	"essaye de raisonner les gens" "explique que maghla a l'autorisation pour publier les histoires" "compare avec d'autres ytbr"
Maghla, dis-nous en plus par ce que là on comprend pas : les dessins ne sont jamais les mêmes sur chaque page, est-ce que ce sont différents dessinateurs que tu met en avant ? Est-ce que ce sont leurs histoires imaginées ou réelles ? Ou est-ce un copié-collé des histoires que la communauté envoie GRATUITEMENT que tu vend à la même communauté alors qu'il y a déjà des vidéos et un podcast qui te monétise sur le label ? Que ces histoires ont déjà été racontées ou pas, le second cas est vraiment décevant de mon point de vue. Bref dis nous en plus, on ne comprend pas bien et on aimerait savoir exactement ce que tu vend là.	"demande des explications supplémentaires sur la bd" "déçu si elle monétise en plus les histoires des abonnés"
INCROYABLE BRAVO TRÈS BEAU PROJET	"hate du projet"
J'adore l'idée incroyable trop hate que ça sorte!	"hate du projet"
À partir du moment où vos histoires sont racontées sur les réseaux vous pouvez vous attendre que certaines personnes les reprennent. Et vous critiquez la bande dessinée qui est faites par des artistes qui vont être mises en avant justement grâce à ce projet. Au moins la bande dessinée sera qualitative avec son propre style. Et il y a d'autres produits super intéressant avec comme inspiration l'art nouveau. C'est un très beau projet qui reprend les thématiques des sip and gossip/flip	"defend l'aspect graphique qualitatif de la bd" "joli projet qui met en avant le concept"
Je ne comprends pas les gens qui disent ouais mais elle a juste signé et alors moi je trouve que c'est juste incroyable c'est la meilleure idée de l'année et je pense que Maghla n'a pas juste signé mais qu'elle a travaillé avec d'autres personnes. ps: je t'adore Maghla	"dit que maghla a travaillé" "beau projet"
C'est fou le drama que les gens font, je vous rappelle que même si elle a pas écrit ni dessiné sans elle y'a pas de bd en fait vous croyez c'est qui qui a payé ?	"choqué du drama créé"
Merci beaucoup pour ton projet maghla tu y a mis du tien en y mettant ton cœur et ton amour pour nous, tu as voulu bien faire les choses avec des illustratrice de qualités et du personnel compétent alors que tu aurais pû bâclé le projet mais non tu es forte et tu t'es investi à ton sens, j'ose le dire si tu as pris à prit du bonheur à faire ce projet alors je partage tout autant que toi celui-ci	"defend l'aspect graphique qualitatif de la bd" "beau projet"
Merci, moi j'ai commandé perso. Je me fiche que ce soit pas tes histoires tes dessins ou autre. Les vidéos sip and Gossip sont tellement cool et font tellement du bien. C'est ton idée de concept et moi je trouve cool tu l'ai mis en BD. Force à toi. Merci d'être toi	" a commandé" "remercie maghla"

Je regarde pas spécialement maghla mais les commentaires je trouve vous abusez de fou c'est littéralement le concept des sip & gossip JSP quoi en livre et vous faites les choquer alors que pourtant en vidéo vous aimez ? Vous êtes bizarre mdr	"critique les haters de maghla"
Pourquoi il y a que des gens qui critiquent sur rien juste parce que c'est une meuf vous avez rien à faire d'autres que critiquer. C'est la goatt vous êtes juste jaloux	"critique les haters de maghla" "denonce misogynie"
Tout le monde parle du non taf de maghla... Mais à voir les extraits, c'est surtout la nullité abyssale des bds qui fait peur	"les bd sont nulles"
En fait c'est le même délire que le site VDM à l'époque. Les gens écrivaient leurs anecdotes de vie de merde et une fois qu'il y en avait assez, un livre est sorti. C'est le même principe là, dans le genre feignasse et crevard c'est fort.	"le projet est un truc déjà fait et un truc de feignasse"
Ceux qui la critique vous êtes juste des gros imbéciles parce que en attendant si vous m'étais des commentaires sous ces vidéos sa lui ramène aussi de l'argent alors vous êtes bête si vous l'aimez pas bas venait pas faire sa regarder pas si c'est sa point j'en peux plus moi maghla a subi tellement d'injustice je veux pas que son projet flop a cause de vous alors barrer vous mrd	"critique les haters de maghla"
Le fameux projet où t'as rien fait à part donner ton image, n'oublie jamais que t'as percé grâce à tes pote de twitch sans ça tu seras encore une Noname sans talent T'es juste un panneau publicitaire.	"elle n'a rien fait dans le projet" "critique maghla et son succès"
On aimerait bien avoir les infos quant à ton éditeur, sans parler des infos sur la production (genre, c'est produit en france ? parce que c'est vraiment chère pour une bd)	"demande des explications supplémentaires sur la bd"
Des gens soutiennent cette merde 🤔🤔🤔	"sarcasme"
J'adore Maghla hein mais c'est ultra décevant. Je sais pas qui lui a conseillé de faire ça mais c'est vraiment pas une bonne idée. Je pense ne plus regarder aucun contenu de sa part pendant un moment. J'ai pas envie de cautionner ce genre de pratique.	"déçu du projet car pas bonne idée" "boycott maghla"
En gros, elle ne va pas gérer le découpage, le dessin, l'histoire, l'édition. Mais c'est son plus gros projet PTDR	"elle n'a rien fait dans le projet"
Elle aurait juste dû faire les bougies le thé et les tasses avec pourquoi pas une paire de pantoufles.. la Bd est en trop.. mais on l'aime quand même notre Maghla	"critique le projet"
Le pire c'est que ça va marcher pour être une bonne "chipie" ça va bien raquer	"sarcasme"
OMGGGGG J'ACHÈTE TT DE SUITE LE GROS PACK	"achète la bd"
Domage... Aucun intérêt. On préfère les sip and gossip normaux	"ne trouve pas d'intérêt au projet"
Bande d'abrutis, qui a eu l'idée du concept? Qui a eu l'idée de la BD? Qui est l'acteur principal des lives de MAGHLA? Et bah c'est MAGHLA justement. Oui les monteurs illustrateurs directeurs ect sont très importants voir nécessaire mais sans maghla y aurai pas de vidéo ou concept du tout, en plus elle paye et recrute ces illustrateurs directeurs monteurs ect et elle demande l'accord avant de raconter/faire illustrer les histoires Oui forcément elle a pas tout fait toute seule, mais au cas où vous l'avez oublié maghla est youtubeuse/streameuse, pas illustratrice/autrice	"essaye de raisonner les gens"
Ah ouai "ton" fameux gros projet ou t'a absolument rien fait, on dirait inox avec son manga tiens	"elle n'a rien fait dans le projet" "compare avec d'autres ytbr"

Non pour la défendre, je suis entièrement d'accord que se faire de l'argent sur l'histoire de ses abonnés y'a vraiment rien de bien créatifs, ni glorieux dedans, elle ne crée même pas le contenu. Je pense qu'elle vient de se mettre dans une belle sauce ... Par contre, ce que les gens ne comprennent pas, c'est que Maghla au-delà d'une personne c'est aussi une marque. Et elle fait comme les grandes marques, elle délègue la fabrication de son produit à une Team qualifiée. Quand Apple créer un produit, est-ce qu'on retient le nom de toutes les personnes qui l'ont crée ? Non. On ne retient que la marque. Bah ... là c'est pareil, le seul soucis c'est plutôt est-ce qu'elle est légitime à sortir une BD, alors que ça n'a rien à voir avec son ADN de marque ? Perso, je l'ai jamais vu parler de BD de sa vie. Elle profite juste du format qui plaît à sa cible. On entre typiquement dans une stratégie de merchandising. Là où je suis déçue de Maghla, c'est qu'une communauté achète un produit dérivé parce qu'il recherche de la proximité, et veut en découvrir plus sur sa créativité personnelle. Ici, rien ne vient d'elle même pas les histoires. C'est bien dommage :x	"explique le principe de marque et business" "déçu de maghla car pas de trace personnelle dans le projet" "profite d'un format qui fonctionne"
Oh la culture du vide à son paroxysme. Vos influenceurs préférés pourraient vous vendre leur déjections en boîte que vous pourriez crier au génie. C'est dingue ce nivellement par le bas de la société. Heureusement qu'il y a quelques coms qui mettent en exergue la médiocrité du projet et de la démarche.	"culture du vide" "influenceurs vendent de la merde"
Je comprends pas cette vague de polémique dans les commentaires. Oui, c'est du merchandising, comme il y en a partout, et pour toute marque (pas que chez les influenceurs d'ailleurs). Rien n'oblige à acheter, et je trouve le projet bien plus sympa que des simples t-shirts ou mugs personnalisés. Personne ne peut présumer de son implication dans le projet. Si certains se contentent de vendre leur nom sur du prefab, d'autres s'impliquent bien davantage dans le processus et d'après ce que j'ai compris, c'est son cas puisqu'elle a travaillé sur la réécriture directement avec un auteur et a même entièrement écrit une des histoires. Mais dans le fond, peu-importe. Encore une fois, rien n'oblige à acheter. Ma seule réserve serait de savoir si les personnes choisies pour leur histoire ont été tout de même contacté car même si légalement, ils ont cédé certains droits lorsqu'ils ont partagé leur témoignage sur le site, ce serait tout de même plus moral qu'ils aient pu confirmer leur autorisation en toute connaissance de cause. Mais ça, nous n'en savons rien donc pourquoi polémiquer là où il n'y a pour l'instant aucun conflit ? Quand à faire de l'argent sur des témoignages, c'est le concept de tout un tas d'émissions TV, chaînes Youtube, de streams, podcasts, radios libres et même d'ouvrages littéraires. Certains le font avec plus ou moins d'implication et de respect mais dans le cas de Maghla, je n'ai jamais remarqué de manque de respect vis-à-vis des témoignages lus (qui sont volontaires, je le rappelle). Pourquoi cela choque-t-il tout d'un coup ? Bref, moi je dis que c'est une chouette idée qui est dans la lignée de son concept et qui fera plaisir aux amateurs de BD qui apprécient l'émission et la DA de Maghla.	"ne comprend pas les critiques" "explique le merchandising" "parle du consentement des rédacteurs d'anecdotes" "le concept est une bonne idée"
Je me suis abonnée tout récemment car j'ai trouvé très agréables les vidéos Sip & gossip, et surtout les Flip & go sleep mais quand je vois ça, ça me donne juste envie de me désabonner.	"envie de se désabonner"
son plus grand projet c'est de signer un papier aok, respecte les vrais auteurs	"critique maghla"
C EST TELLEMENT QUALI !!! bravo à toute l'équipe!	"felicite la qualité et l'équipe"

Et dans 2 jours elle manifestera contre le capitalisme	"critique maghla" "pseudo gauche"
- C'est pas elle qui dessine - C'est pas elle qui invente les histoires - C'est pas elle qui trie les histoires - C'est pas elle qui gère le découpage Ne pas être d'accord avec elle = sexiste, facile Il y a 1000 femmes de VRAIE gauche plus compétentes qui méritent le soutien que la fausse gauche CAPITALISTE Les rouges, antifa et anar, si vous mettez un centime là-dedans vous vous trompez juste de bord politique et êtes des hypocrites NON AU CAPITALISME DES ULTRAS RICHES	"capitalisme" "pseudo gauche" "elle n'a rien fait dans le projet"
Quand est ce que cette grande arnaque des "influenceurs" s'arrêtera ?	"influenceurs arnaque"
Il est grand temps d'arrêter de donner votre temps et votre argent à ces influenceurs (lol) sans talent. Y a-t-il seulement une seule personne adulte dans toute sa « communauté » ou c'est juste des enfants perdue ? Vraie question.	"influenceurs arnaque"
Io y a des gens choquée dans les commentaires du fait qu'elle raconte des histoires d'abonnés et qu'elle les monetises mais les gas elle a une sorte d'emissions ou elle raconte des histoires que les abonnee lui on envoyer donc il sont consentent pour sa. D'autre disent elle fait de "l'argent sur notre dos" squeezeie a fait exactement pareil juste des histoires qu'il a trouvee sur internet et la personne dis rien...(n'allais embêter squeezeie mais ce spour vous faire realiser) maglah continue tes la meuilleur  Deso pour l'orthographe je suis dysorthographique	"compare avec d'autres ytbr" "soutien maghla"
Je ne remets pas en question le faite qu'elle travailler dessus, son concept est déposé, il faut de l'organisation, une da, tout suivre et tout valider... Effectivement, il faut l'accord des personnes concernées, bien que ce soit anonyme. Mais je pense bien que cette question a été étudié et que le faite de l'envoyer sur le formulaire doit déjà avoir des conditions qui stipule que cela peut être utilisé pour diverses projets. Et en ce qui concerne le faite de ce faire de l'argent dessus, ce n'est pas si différent que de monétiser les sip ou les flippe. Je comprends le faite que les gens soient mitigé, mais il y a sûrement beaucoup de travail fourni et je pense qu'il faut réfléchir à tout ce qu'il y a dernière et au faite que ce soit bien réfléchi en amont.	"essaye de raisonner les gens"
degouté pour les vrai artistes qui dessine h24 sans succès et la ta une random juste car elle est connu elle sort une bd qu ' elle ne dessine pas	"dégouté pour les vrais artistes"
Le projet est vraiment difficile, je sens que ça va te demander beaucoup d'heures de travail et d'énergie. Courage, tu vas réussir	"soutien maghla"
Beaucoup de jalousies ici alors qu'elle va réaliser un beau chiffre d'affaires avec ce produit. Hé oui ! Elle a une entreprise à faire tourner	?
Tu revend juste les histoires de tes fans à tes fans mdrrr	"capitalisme"
Honte à toi j'espère tu annule ce projet	"honte à maghla"
J'invite toutes les personnes un minimum sensées à boycotter.	"boycott"
Réalisateurs : Blakhat Production : Hisaé Productions 1ere assistante réalisatrice : Salomé Starcelli Chef opérateur : Maxime Hemery 1er assistant caméra : Raphael Hamel 2nd assistant caméra : Mathis Aguiar de Souza Chef électro : Jérémy Dignac Electro : Frida Miller Ingénieur son : Thibault Paoli Cheffes décoratrices : Klone Studio Make-up comédiens : Carla Maitre Make-up Maghla : Charleene Evrat HairStyle Maghla : Maeva Gomes Stylisme Maghla : Anne	"elle n'a rien fait dans le projet" "elle a juste posé son nom"

Sophie Dafonseca Régisseur : Benjamin Lamouroux Régisseur : Benjamin Debaune BTS : Paul Gronen Le Projet de SA VIE !! Mdr elle a rien branler juste elle pose son blase et elle dis sa BD mdr !	
Règle numéro 1 dans vie : N'achetez JAMAIS de produits provenant d'influenceurs, c'est de la merde pour faire du fric sur votre dos.	"influenceurs arnaque"
Bravo pour ce projet qui a du te demander des mois de réflexions ! Franchement y a plus aucune gêne quoi, tu ne fais RIEN à part mettre ton nom, les dessins ne sont pas de toi, les histoires non plus en quoi c'est ta BD mdr	"sarcasme" "elle n'a rien fait dans le projet" "elle a juste posé son nom"
Encore un truc que ton agence nous a pondu pour vendre ton image, bref c'est pas ton projet quoi on est juste des produits	"capitalisme"
Encore une belle m** sur YouTube. La culture du vide comme dirait l'autre... Conseil à la jeunesse arrêter de suivre des gens de la sorte. Sans aucune importance, ni âme.... Culture du vide et sans idée...*	"culture du vide" "influenceurs vendent de la merde"
Les youtubeurs/streamers français, y'a rien qui change, toujours les memes arnaques ptdr	"influenceurs arnaque"
Maghla qui auparavant était cool, chill avec une certaine proximité pour ses abonnés. Maintenant voilà ce qu'elle est devenue. Une énième youtubeuse / streameuse lambda, copié - collé. C'est tellement dommage. Mais reconnaissons que Maghla a couru pour permettre à Avamind de voler. Merci pour ça, et bon chance pour ton projet.	"maghla est devenue comme tout le monde"
Le terme influenceuse n'a jamais aussi bien porté son nom. Vendre de la merde en profitant de la naïveté et la jeunesse de sa communauté tout en aillant rien fait qui plus est au même moment que son passage dans une émission de télé, je dis chapeau Et après ça va venir donner des leçons aux autres. Il y en a vraiment marre de ces projets fait par des influenceurs qui n'ont aucune personnalité	"influenceurs vendent de la merde" "projet sans personnalité"
Il va falloir qu'un jour, les gens réalisent que ces gens là n'en ont que faire de leurs fans et les voit comme des immenses vaches a lait dont le respect importe peu. Elle n'a rien fait sur cette BD mais elle va en tirer tous les honneurs comme c'était le cas pour Squeezie, Inoxtag ou les autres. Ce ne sont pas des artistes, juste des gens du commerce véreux qui vendrait père et mère pour un semblant de reconnaissance ! Ils récupèrent vos histoires, même les plus touchantes et les plus douloureuses, et se permettent de vous les monétiser, sans rien vous offrir en retour. Vous méritez mille fois mieux que ces pseudo stars. Et quand elle réalisera que certaines histoires peuvent faire polémique comme le jeu de société de Michou, elle s'en éloignera et dira qu'elle n'a pas participé. Il faut vraiment qu'un jour, on abandonne tous ces pseudo stars qui ne respectent que leurs portes feuilles, mentent régulièrement alors qu'ils n'ont absolument rien fait sur leurs projets, ce sont ses fans qui ont tout fait en les lui racontant. J'espère vraiment qu'un jour il y aura un karma pour tous ses gens du Web qui ne servent à rien dans la vie sauf pigeonner celles et ceux qui les ont soutenues et qui, pourtant, croit encore en eux. Et ça me fait mal de me dire que de nombreuses personnes qui se lancent dans la BD ne verront jamais leurs projets se concrétiser, mais ses gens là qui ne connaissent même pas le contenu et dont ils s'en foutent littéralement, oui. Monde de merde.	"les influenceurs s'en foutent de leur communauté" "elle n'a rien fait dans le projet" "dit qu'ils faut arrêter de soutenir ces pseudos stars" "dégouté pour les vrais artistes"
En fait elle ne fait strictement rien sur la BD, juste la promo. Quelle énorme blague .	"elle n'a rien fait dans le projet"

J'ai tellement hâte de l'acheter 😊😊	"hâte du projet"
Magla n'est même pas crédité pour l'écriture ni pour le dessin C'est juste une promo pour un projet auquel elle na pas contribué créativement donc inutile d'acheter, c'est surtout un projet pour l'argent. Alala ces youtubeurs et leurs projets qui ne leur appartiennent même pas	"elle n'a rien fait dans le projet" "capitalisme" "pas de créativité"
C'est Nuuuul !	"nul"
Pack à 45€ commandé !	"a commandé la bd"
Mais quelle grosse merde 🤔	"c'est de la merde"
Je t'adore mais... Du coup c'est pas vraiment ton projet à toi, si ?	"doute sur la place de maghla dans le projet"
Mdr c'est terrible quand même, les dessins ne sont pas fait par elle, le scénario non plus, ni le découpage, rien n'est fait par elle. Elle a juste utilisé les histoires de ses abonnés pour faire de la thune dessus. La seule chose faite par elle sera sa signature à la limite. Parfois je me demande si on est pas dans une dystopie tellement que c'est ridicule	"elle n'a rien fait dans le projet" "capitalisme"
Oui donc tu met ton nom sur un projet auquel tu ne participe pas et tu vas ensuite le vendre à des petits fans qui penseront lire une BD de leur youtubeuse préféré 😊 bref tout ça pour rappeler qu'il faut plus avoir d'espoir même ton streamer préféré te décevra un jour ou l'autre	"elle a juste posé son nom" "capitalisme" "les influenceurs sont décevants"
"Mon plus gros projet" alors que c'est le projet d'une équipe derrière elle. Elle sert juste à vendre ça à ses petits fans.	"elle n'a rien fait dans le projet" "capitalisme"
La jalousie de certaines personnes dans les com c'est dingue, les écoutes pas c'est vraiment trop cool comme projet !!!	"critiques les haters de maghla"
Je suis grand consommateurs des Sip et Flip, mais là c'est de l'abus. Faire payer des histoires qui ne sont pas les siennes, avec accord ou pas c'est pas la question. Faire payer des illustrations et un script qui ne sont pas non plus les siennes. Et finalement appeler ça son plus gros projet? Quand y'a une âme derrière pourquoi pas mais là c'est encore une énième BD de youtuber pour capitaliser sur la hype je trouve ça dommage...	"capitalisme" "elle a juste posé son nom"
Autant le prix est ok mais vendre ca comme ta bande dessinée alors que t'as rien fait dans le projet apart y mettre des thunes ,c'est chaud. Une bande dessinée c'est des dessins et du texte, t'as ni fait le texte vue le concept ni le dessin vue le produit..... On veut savoir où va les benef du coup, car si tu touches presque rien, giga force mais si t'es la principal bénéficiaire, faut se faire foutre !	"elle n'a rien fait dans le projet" "demande des détails sur les bénéfices du projet"
c est quoi cette bouze encore	"c'est de la merde"
"Ma plus grande annonce, je sors une BD sur laquelle je n'ai pas travaillé"	"elle n'a rien fait dans le projet"
le projet de sa vie = récupérer un % sur le taf des autres sans avoir rien fait dessus, faut peut être pas se foutre de notre gueule non plus	"elle n'a rien fait dans le projet" "capitalisme"
Alors je suis pas fan du projet.. Monétisé un truc que tu n'as même pas écrit c'est pas fou	"elle n'a rien fait dans le projet" "capitalisme"
Commandé	"a commandé la bd"
Sans l'écrire sans dessiner sans éditer. Elle a juste signé...	"elle a juste signé"

trop chouette yessss et puis les affiches dans les packs sont magnifiques	"beau projet"
Du coup... On raconte nos histoires et elle nous les revend c'est ça ?	"capitalisme"
Omggg je sais déjà ce que je vais demander à mon anniversaire trop hâteeee	"hate du projet"
Preco faite Merci pour ce beau projet	"a commandé la bd"
Mais du coup les histoires sont celles de tes abonnés, tu as pris un scénariste, des illustrateurs... du coup tu fais quoi au juste dans la bd ? On peut vraiment la considérer de toi ou alors tu prêtes juste ton nom ? Et c'est le même éditeur que la BD de Squeezie, est-ce que l'idée vient réellement de toi ou ton agent ? Il y a déjà eu plein de projets BD venant de youtuber à l'ancienne (comme la BD Joueur du Grenier) et aujourd'hui ils disent tous avoir fait ça pour l'argent à une époque où youtube payait pas assez, j'ai peur que ton projet sois le même : très peu de Maghla pour une BD qui coûte plus cher que les autres sur le marché... Ca sent pas bon cette histoire...	"se questionne sur la place de maghla dans le projet" "compare avec d'autres ytbr"
t'adores le capitalisme toi	"capitalisme"
je vais précommander direct !! Bravo notre reine	"a commandé la bd"
Quand j'ai vu le mail j'ai direct acheté le pack sip&gossip avec les TASSES et le thé et tous plein de bonnes choses merci maghla pour tout ça	"a commandé la bd"
C'est vraiment incroyableeeeeeeeeee !!!! Je l'aurais juste pour mon anniversaire en plus	"incroyable"
En gros c'est le même éditeur que Squeezie "Link Digital Spirit" qui fait le même concept que Bleak mais brandé avec Maghla. La gueule du "projet personnel"	"compare avec d'autres ytbr"
JE VAIS TOUT ACHETER JE T'AI ME TELLEMENT MAGHLA EN PLUS ON SE RESSEMBLE TELLEMENT T'ES MON MODÈLE JE T'ADORE J'AIMERAIS TELLEMENT FAIRE MON STAGE DE 3EME EN PLUS	"fan de maghla" "a commandé la bd"
What mais incroyable et en tout cas tu fait rire tout le long de la vidéo félicitations!!!!(qui a la ref du terrifiante la narratrice)?	"incroyable" "félicitations"
Elle a monétiser vos histoires la ?	"capitalisme"
Elle est tellement belle j'ai envie de l'acheter juste pour la couverture omggg	"beau projet"
Trop bien ! La BD a l'air super ! Depuis le temps qu'on attendais le projet secret, je ne suis pas déçu du tout	"hâte du projet"
Bravo maghla je suis admiratifs d'un projet comme celui-ci	"admiratif du projet"
Aller ! Je précommande direct. Masta dinguerie !!	"a commandé la bd"
Omggggg je commande à la fin du mois trop hâte. J'ai pas pu voir le live hier (j'étais au travail) mais le coeur y est. Beaucoup de réussite maghla. Et bravo pour les prix hyper adaptés	"a commandé la bd" "félicitations"
Bonne idée cette BD	"bonne idée"
OMGGG TROP FIERE DE TOIIII <33	"fiere de maghla"
Waaaaaah les packs sont incroyables félicitations pour ce projet ☐!!	"felicitations"

J'ai tellement hâte de tout recevoir j'ai pris le plus gros pack !!!	"hâte du projet" "a commandé la bd"
Très agréablement surpris de voir Maghla sortir une BD (avec de sacrés pack). Et pourtant, je sais que c'est assez répandu de voir des créateurs de contenu en sortir depuis deux décennies . Bon, après une BD version Slip & Gossip, j'imagine que l'on aura une version Flip & Go Sleep .	"agréablement surpris du projet"
OMG JE SERAIT LA 1ERE A L'ACHETER MEUF JTE SOUTIEN A FOND	"soutien maghla"
Omg mais quel projet de folie !! un immense bravo	"felicitations"
Ouais bon comme tout le monde quoi, pas original	"projet comme tout le monde" "pas original"
Trop HYYYYYYYPE, mais question : c'est des histoires qu'on a déjà entendues dans les Sip and Gossip ? Nan parce que si c'est ça, bah ce serait un peu dommage pour ceux qui ont déjà tout regardé/écouté.	"question sur la bd"
Incroyabbbbbbbble !!!!!!! GG à toute l'équipe pour sa	"incroyable" "félicitations"
C'est bien mais tellement pas original... Dommage, sans moi, mais je suis sûr que tu trouveras un public. En espérant quand même que ça marche pour toi.	"pas original"
omggg je suis tellement heureuse bien sûr que je vais acheter !	"va commander"
C'est le nouveau moyen de faire des tunes, enfin pas pour Raska, ça a été un big flop. Elle profite du buzz en ce moment, avec DALs etc..., elle va pub une BD de merde pour lesquels elle signera juste la couverture.	"capitalisme" "profite du buzz" "elle va juste signer"
par curiosité les personnes qui ont raconté leurs histoires ont donné leur accord pour que ça soit commercialisé derrière dans une optique purement capitaliste? :)	"capitalisme" "se demande si les rédacteurs ont donné leur consentement"
Maghla en mode Pénélope qui scrute "discrètement" le moindre potins afin de nous le retranscrire dans un livre à l'esthétique très Bridgerton... j'adore manque plus qu'une nouvelle déco dans le même esprit dans sip& gossip (meubles, objets anciens...) et ça serait top bon j'irai pas jusqu'au Chroniques de Maghla.. faut pas pousser	"beau projet" "aime l'inspiration bridgerton"
MERCI infiniment pour ce travail et ces prix incroyablement bas pour ce que tu proposes. J'ai été agréablement surpris de voir un premier prix presque standard pour une BD standard, mais alors le pack à son prime est à celui qu'il mérite. Je te suis depuis tellement d'années, tu m'as tellement accompagné dans ma vie de tous les jours que je ne pouvais résister à me faire plaisir au moins une fois. Je suis tellement fier de ton évolution et de voir tout ce que tu fais dans ta vie à présent, et je sais que je ne suis pas un cas unique. Merci pour tout.	"remercie maghla" "a commandé la bd" "fier de l'evolution de maghla"
J'espère que ce n'est pas ce que je crois comprendre, à savoir que l'idée aurait été de capitaliser sur les témoignages de gens qui les lui envoient gratuitement, parce que ça ressemble drôlement à ces "concours" de graphisme en ligne où on fait bosser gratos plein d'artistes pour un projet de jeu vidéo indé, une pochette d'album etc. . J'espère que je me trompe, je trouvais déjà vraiment pas top le format vidéo avec le site exprès pour collecter les récits, mais bon, après, si les gens sont ok pour bosser gratos... ce qui importe, c'est surtout qu'ils aient pleinement conscience qu'ils se font exploiter mais le problème de fond, c'est que ça normalise la pratique et ce n'est pas sans conséquence sur les auteures qui veulent vivre de leur travail.	"capitalisme" "ne cautionne pas la pratique utilisée pour créer la bd"

OMGGGGG TELLEMENT CONTENTE JE MY ATTENDAIS PAS 😍😍😍😍💖💖💖	"content du projet"
Money money money jusqu'à quand ? Sur le dos de tes abonnés 👏	"capitalisme"
mouai ça va malheureusement flop	"flop"
J'suis trop fan mdrrr	"fan du projet"
J'ai pré-commander !!!!! 🍷❤	"a commandé la bd"
Pour tout ceux qui disent qu'elle a pris les histoires de ses abonnés pour gagner de l'argent dessus ou que c'est de la culture du vide. Qu'est ce qui vous empêche de swiper vers le haut pour changer de réel ou même qu'est ce qui vous force absolument à acheter la bd ? On s'en fiche un peu de vos avis moi je trouve, il y a un travail indéniable et elle explique que c'est inspiré et non copié, répétez vous un peu en question	"essaye de raisonner les gens" "felicite maghla pour le travail derrière le projet"
Rendre invisible les artistes du projet sur lequel juste son nom est brander GG	"invisibilise les artistes" "elle a posé son nom"
Je vous mens pas que j'étais déçu du projet, ça paraît facile comme démarche de s'inspirer des histoires qui sont envoyées for free 😞 tu est ni au dessin ni illustration ni rien et c'est quand même TON projet	"déçu du projet" "se questionne sur la place de maghla dans le projet"
Svp aidez moi j'ai vraiment pas compris ?? J'ai regardé les publications insta, les story, le site de preco, je voulais savoir de quoi ça parle avant d'acheter mais vraiment impossible de trouver une info ??? C'est quoi la BD du coup ? Parce que si des histoires qu'on a envoyé ce retrouve dedans sans notre accord je suis moyennement fan de financer ça... J'adore ce qu'elle fait et je voudrais la soutenir mais j'aimerais comprendre ce que j'achète en fait ?	"demande des explications sur la bd"
ton plus gros projet de ? elle dessine pas, pas elle qui invente les histoires, c'est pas elle qui trie les histoires, et c'est pas elle qui gère le découpage ect..bref elle fait rien mis à part mettre son nom pour que des pigeons achètent.	"elle a rien fait dans le projet" "elle a juste posé son nom"
On a les noms de toutes les personnes qui ont travaillé sur la pub, les refs de tous les vêtements des outfits, mais pas un seul nom d'illustrateur. C'est dommage.	"invisibilise les artistes"
Madame ne s'arrête pas	?
Tu as strictement rien fais	"elle a rien fait dans le projet"
tellement hâte de recevoir ma commande !!! 🥰 ce concept est tellement bien ! 🥰	"hate de recevoir sa commande"
Le bundle à 100 balles a été précommandé ma star ❤️🌟	"a commandé la bd"
'ai rarement sauté aussi vite sur une précommande, j'ai déjà mon pack Sip & Gossip précommandé 🙌👀	"a commandé la bd"
"Mon plus grand projet, prendre les histoires des autres et me faire de l'argent dessus." Vous avez tous pété un câble.	"elle a rien fait dans le projet" "capitalisme"
Let's gooooo la précommande, mon âme de coiffeur en manque de potin est en joie, j'adorais ce format mais là ?! Des goodies ?! J'adore les goodies ! 🥰🥰	"a commandé la bd" "aime les goodies proposés"
Mon portefeuille va avoir mal 🥲 mais c'est important	"va commander"

Omg !!!! Prend mon argent 🥰👉👈	"a commandé la bd"
Bon bah j'ai fait péter le budget mdr 🤪👉👈👉👈	"a commandé la bd"
Precommandé ❤️❤️❤️❤️👉👈👉👈👉👈	"a commandé la bd"
C'est commandé, bravo à toi pour tout ce que tu fais 🥰🙏	"a commandé la bd" "félicitations"
J'ai précommandé, tellement fière de tout ce que tu fais ❤️❤️	"a commandé la bd"
BIEN SUR QUE JE VAS L'ACHETER !!!👄	"a commandé la bd"
Je suis officiellement une chipie et j'en suis ravie	"fan"
attend mais wtf le projet de fou !! je fonce précommander 🙏 un grand bravo Mag !	"a commandé la bd"
Question importante : si c'est des histoires d'abonnés qui t'ont donc écrit pour que tu lises leurs histoires lors d'un épisode de Sip comment ça se passe étant donné que les abonnés restent auteurs de leur récit et que c'est utilisé à des fins commerciales qui n'étaient pas convenus dans les mentions légales d'origine ? Une part des bénéfices de la BD va leur être versés ? Ont-ils été informés avec un accord explicite de leurs parts ? :/	"se questionne sur le consentement des rédacteurs" "se questionne sur les bénéfices" "demande des explications sur la bd"
Comment j'ai tellement craqué et commandé vite 🧯 félicitations pour ce projet !	"a commandé la bd" "félicitations"
C'est commandé !! Force à toi pour ce beau projet 🥰👉👈	"a commandé la bd" "félicitations"
non c'est pas du tout ton plus gros projet c'est une merde que ton agence a fait pr toi prcq ça vend à des petits sur ton image	"elle n'a rien fait dans le projet" "capitalisme"
Et hop encore une idée de merde pour piller sa commu de prepubère . Ils sont trop sympa ces streamers	"capitalisme"
Je t'adore Maghla mais là je comprends pas trop...comment ça peut être "ton" projet si tu ne participes presque à rien...	"elle n'a rien fait dans le projet"
ne pas respecter sa commu au point de la pigeonner à la première occasion, née avant la honte.	"honte" "capitalisme"
C'est le nouveau starter pack des streamers/youtubers... pour encaisser un max	"capitalisme"
J'aime bien Maghla mais la vérité ton projet c'est de la merde	"c'est de la merde"
Va quand même falloir qu'un jour la raison reprenne le dessus sur les personnes pour arrêter de cautionner d'engraisser ces pseudo stars qui vendent de la merde commerciale où ils apposent juste leur nom	"capitalisme" "elle a juste posé son nom"
Tu sors juste ce truc (qui n'est pas de toi) pour prendre l'argent des petits...	"capitalisme"
Trop forte!!!!	"soutien maghla"
Maghla d'année en année c'est un downfall	"critique maghla"
Maghla je t'adore mais là pardon mais non c'est juste soutirer de l'oselle aux gens qui te suivent. D'un côté tu ne crées rien	"capitalisme" "pas créatif"
Maghla, je te suis depuis très très longtemps, viewer de l'ombre quand tu n'avais que quelques centaines de viewer... Bien avant ton "Ponce La Nuit" etc... Je suis terriblement triste de voir la tournure des choses et ce projet vient écraser complètement les valeurs que tu défendais	"projet à l'encontre des valeurs de maghla"

Et que fait tu dans ce projet ? (pas besoin de répondre on sais déjà : t'a juste mit ton nom dessus)	"elle n'a rien fait dans le projet" "elle a juste posé son nom"
je t'aime bien mais en tant qu'étudiante en lettres, ce genre de projet, on voit que c'est JUSTE commercial. si tu ne sais pas faire de film et que tu délègues tout le travail à d'autres, ce sera pas ton film, alors pourquoi faire pareil avec une BD ? pfff	"projet juste commercial" "elle a tout délégué"
Franchement, moralement quoi... oui les autres l'ont fait, est-ce une raison? C'est des grosses qui vont acheter ce truc sans âme ou tu n'as rien fais appart donner ton nom. Corpo a mort	"elle n'a rien fait" "elle a juste pos son nom"
Il y en qui ont honte de rien, passer des appels pro pour vendre un truc a moitié a ton image ou tu n'as absolument pas travaillé dessus n'est pas un "projet", tu te remplies les poches sur le dos d'imbéciles avec du vent, tu dégoute.	"elle dégoute" "elle n'a rien fait" "honteux" "capitalisme"
Ton plus gros projet c'est d'arnaquer les gens qui te soutiennent ? C'est malin.	"arnaque"
Je t'apprécie... Mais à quel moment c'est " Ton projet " alors que tu fais rien dessus ? ... Sans méchanceté aucune, puis honnêtement ça sens littéralement le truc à but commercial que projet de vie quoi	"projet juste commercial" "elle n'a rien fait dans le projet"
Alors, quand tu ne fais rien dans le projet à part récupérer l'argent, ce n'est pas TON projet.	"elle n'a rien fait" "capitalisme"
Comment gagner de l'argent avec son nom sans avoir rien fait sur la BD. Alala les influenceurs c'est vraiment un fléau...	"influenceurs arnaque" "capitalisme" "elle n'a rien fait"
Ton plus gros projet avant ta future marque de fringues et ta future marque de burger, on vous connais les influvateurs, capitaliser sur les gens qui vous font vivre, votre "communauté" et les presser jusqu'au bout.	"influenceurs arnaque" "capitalisme" "profite de la communauté"
Profiter de Dals pour vendre de la merde à des gamins et remplir les caisses, check La célébrité te monte à la tête, redescends et respecte ceux qui te soutiennent. Et respecte toi, prend du recule sur ce que t'es en train de devenir et sur ce que tu fais.	"profite de son buzz" "elle ne se respecte plus"
Être de gauche quand ça rapporte des viewer mais être un véritable boutiquier quand il s'agit des les tondre et de fair du fric. Bien vu l'ultra capitalisme.	"pseudo gauche" "capitalisme"
J'ai jamais précommandé quelque chose aussi vite	"a précommandé"
Y a t'il un seul createur de contenubqui ne soit pas une merde opportuniste ?	"opportuniste" "influenceurs arnaque"
J'taime bien Maghla mais au final tu fais quoi sur ce projet ?	"se questionne sur la place de maghla dans le projet"
La gauche caviar faut toujours qu'elle propose des trucs de merde histoire de vendre ces trucs de merde à des gamins avec la CB de leurs parents	"pseudo gauche" "capitalisme"
c'est ton projet uniquement parce qu'il y a ton image dessus, à part donner ton approbation t'as fait quoi ?	"elle n'a rien fait dans le projet"
Je t'adore Maghla, je t'ai croisé à plusieurs reprises et je sais que t'es une meuf en or mais depuis peu j'avoue que je reconnais pu du tout celle que j'aimais voir en stream régulièrement...	"ne reconnaît plus maghla"
Être de gauche et nous pondre une bd avec 6 biscuits, du thé, un marque page et des stickers pour 100 balles. Anticapitaliste mais pas quand ca me concerne 😊😊	"pseudo gauche" "capitalisme"

on est tellement fiers de toi maghla 🥰 on va être des vraies chipies maintenant !!	"fiere de maghla"
Maghla tu m'as ruiner, mais ça fait plaisir et c'est pour la bonne cause 💖	"projet qui fait plaisir"
jamais dépensé 100€ aussi rapidement	"a commandé la bd"
Une annonce de quali-thé 🧠 ✨ ! Est-ce qu'il y'aura une version fleep ? 🤔	"projet de qualité"
Notre chipie a sorti une dinguerie 🎀 ✨	"aime le projet"
J'ai jamais acheté aussi vite un pack collector à 100€	"a commandé la bd"
déjà fait une pré-commande tellement ca a l'air dingue 🥰	"a précommandé"
Maghla elle slay sur DAL'S et en plus elle sort son livre, une véritable Queen	"maghla épate"
Une star qui écrit un livre 🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰	"maghla épate"
Ça tombe très bien j'ai économisé pour me faire plaisir bah j'ai trouver dans quoi je vais le dépenser	"va commander"
Incroyable l'annonce 🥰 Le taf de dingue vrmt	"félicite le travail de l'annonce"
MAIS OMGGG JE COMMANDE DÈS DEMAIN, J'AI CRIÉ DEVANT L'ANNONCE 🥰 Je suis tellement heureuse, vous imaginez même pas. Je pleure de joie 💖 Maghla merci pour ton projet, tu te rends pas compte à quel point ça me rend heureuse. Sip & Gossip, mon rendez-vous du mois en BD, je suis trop heureuseeee. Merci beaucoup vraiment 🙏💖💖💖💖💖	"a commandé la bd" "remercie maghla"
Mais donc si c'est pas toi qui a écrit les histoires, fais les illustrations même créer le livre au final ta fais quoi sur "ton" projet ?	"se questionne sur la place de maghla dans le projet"
j'ai couru chercher mon porte feuille 🤔	"va commander"
Est-ce que j'ai envoyé le site à mon mec en mode « oh regarde le nouveau projet de Maghla » en espérant lui faire passer un message subliminal ? Totalement.	"souhaite que son mec achète la bd"
j'étais en live quand elle a annoncer et j'ai sauté de mon lit tellement j'étais contente 🥰 merci maghla pour ça 🙏	"remercie maghla"
Maghla tu nous déçois jamais c'est fou 🙏	"pas déçu du projet"
Avec ce format, est-ce qu'on ne perd pas une grande partie du concept, à savoir les réactions de Maghla et de ses invité(e)s ? Les histoires sont un peu "secondaires", c'est comme ça que je consomme ce concept en tout cas.	"crainte de dénaturiser le concept a cause de la bd"
Questionnaire	Étiquettes
Je la trouve sympa, son contenu est agréable et travaillé. J'aime bien sa vibe.	"contenu agréable"
Je ne suis pas tout le contenu de cette femme mais j'aime beaucoup ses podcasts. Je n'ai jamais vu de bad buzz sur elle sur elle sur internet donc mon avis est plutôt positif	"personne positive" "pas de bad buzz sur elle"
Elle est très drôle, proche de sa communauté, respectueuse, féministe. Elle a l'air vraiment très gentille et cool.	"féministe" "proche de sa communauté"
Je pense que magla est une chute personne et ses contenus sont peut-être pas ce que j'ai ma 100 % mais en tout cas quand je la vois dans	"personne naturelle et honnête"

des vidéos d'autres youtubeurs j'aime bien son naturel et ouais je pense que c'est quelqu'un d'honnête	
Très positive, une personne originale et avec une personnalité forte	"personne positive" "personnalité forte"
j'adore elle est très honnête très simple malgré tout et n'a pas trop de tabou dans ses live je trouve ça intéressant qu'une femme comme elle parle de sujet sensible !	"personne honnête" "aborde des sujets sensibles"
Naturelle, drôle et authentique	"naturelle et authentique"
Oui, car elle n'a pas peur d'affirmer ses opinions, ses avis	"affirme ses opinions"
oui je trouve, en tout cas dans les sip and gossip, elle est proche de ses abonnés Après c'est quand même une grosse production fort mise en scène	"proche de sa communauté"
oui, pas bcp de femme font des lives twitch, elle n'a pas peur de se lancer dans le domaine plus « masculin »	"femme dans un monde masculin"
oui car comme j'ai dis c'est une femme honnête qui parle sans trop de tabou et qui garde les pied sur terre malgré tout	"pieds sur terre" "personne honnête"
Je suis mitigée parce que d'un côté son contenu l'est, elle fait ce qu'elle aime en racontant des histoires d'horreur etc mais c'est vrai qu'elle propose pas mal de partenariats qui parfois sortent de nul part	"partenariats sans contexte"
Je pense que oui, car elle a évolué depuis ses débuts, c'est visible, mais elle reste fidèle à sa ligne directrice d'authenticité, de pas mentir à ses followers, et son expérience dans DAL5 le prouve également	"reste fidèle à elle même" "proche de sa communauté" "authentique"
Oui, elle vas rester fidèle à des valeurs, n'est pas superficielle du tout et se bat pour des causes qui ont du sens.	"défend des causes qui ont du sens"
le fait de suivre sa vie dans des Vlogs chaque semaine, je trouve que ça crée un lien entre la personne qui regarde et l'influencer et qu'on la sent plus authentique et plus vraie que quelqu'un dont on connaît pas la vie où on n'a pas l'habitude de voir des extraits de sa vie chaque semaine	"authentique" "lien entre elle et sa communauté"
Je ne comprends pas l'intérêt de cette sortie de produit sachant qu'il existe déjà le podcast qui est très bien.	"ne comprend pas l'intérêt de la bd"
Je trouve ça génial !!! Je consomme ses podcasts assez régulièrement et ce projet est vraiment une bonne idée !	"aime le projet"
Sympa. Ça fait un peu penser à la BD de Squeezie sur sa série de vidéos des Threads Horreur.	"comparaison avec d'autres ytbr"
Ça peut être chouette je pense pas que je serai intéressé mais pour les gens qui aiment ça ça peut être cool	"pas intéressé par le projet" "trouve le projet cool"
Je ne suis pas sûre de l'acheter mais pourquoi pas ça peut être sympa comme idée à voir	"ne va pas acheter" "trouve le projet cool"
Le format vidéo permet plus de personnalités et de spontanéité dans les échanges. Je n'apprécie pas ce produit	"n'aime pas le projet" "perte de proximité"
bah honnêtement j'adore car pour une fois que les influenceurs ne parle pas d'eux même et de leurs communautés je pense aussi que avec autant d'anecdotes qu'elle soit positive ou negative c'est vraiment intéressant peut être que des personnes vont se reconnaître et que ça pourra aider d'une façon puis le faite que ça soit une bd ça peut toucher aussi plus de personnes car bcp de gens n'aime pas trop lire	"très bonne idée de projet" "peut aider des gens à se retrouver"
Je ne suis pas particulièrement intéressée mais ça peut être sympa de sortir une version écrite de ses histoires	"pas intéressé par le projet" "trouve le projet cool"

J'ai deux types d'opinion. Je me dis encore un produit d'influenceur. Mais je me dis aussi que cela correspond à son contenu (vidéo sur les anecdotes des abonnés) et je trouve ça sympa de s'entourer d'une équipe de plusieurs illustratrices afin d'avoir divers univers	"encore un produit d'influenceur" "en lien avec son contenu"
J'attends de voir des réels retours et de le feuilleter, j'ai peur d'encore un projet commercial, mais j'ai espoir que le livre soit vraiment bien	"peur d'un projet commercial"
Bof, elle n'a pas été très impliqué dans le projet	"elle n'a pas été impliquée dans le projet"
C'est chouette, ça crée de la proximité avec sa communauté et si elle aime bien les livres illustrations et bd c'est une chouette occasion de développer cela	"proximité avec la communauté"
Je ne l'achèterai pas mais je comprends l'intérêt du projet. J'ai vu que des abonné·es étaient déçu·es que les histoires ne soient pas inédites (?).	"certains abonnés déçus"
je trouve ça sympa, c'est pas un projet sorti de nulle part pour moi parce que c'est la continuité d'un projet YouTube qu'elle a depuis très longtemps avec les vidéos S&G, elle met en avant des artistes, des personnes qui travaillent avec elle pour ce projet, elle se fait beaucoup critiquer là-dessus parce que les gens disent qu'elle fait rien elle-même, mais je comprends pas les critiques parce que chaque livre qualitatif a besoin d'illustrateur, d'écrivain et de personnes qui passent derrière et c'est normal, si elle avait fait ça toute seule, elle aurait peut-être utilisé l'intelligence artificielle pour se faire relire, pour adapter ses phrases ou pour créer des illustrations et là aussi ça aurait fait scandale. Et pour le coup ça m'aurait plutôt déplu personnellement parce que je sais qu'elle a les moyens de faire travailler des artistes et donc je retrouve ça un peu égoïste d'utiliser l'intelligence artificielle dans ce cadre-là mais du coup elle ne compte pas le faire	"en lien avec son contenu" "ne comprend pas les critiques" "apprécie que des artistes soient mis en avant"
Ce n'est pas le genre de produit que je consomme	"pas intéressé par le projet"
Pourquoi, ce projet fait sens.	"en lien avec son contenu"
C'est chouette de porter les histoires sur un format papier.	"aime le format"
Je comprends qu'elle ait pu avoir envie de sortir la bd vu que son podcast marche bien et c'est sympa pour les goodies mais j'ai l'impression que c'est fait pour l'argent. Même si le projet a l'air bien travaillé. C'est un peu contradictoire avec l'image que j'ai de Maghla	"fait pour l'argent" "projet sympa"
C'est un beau projet, cependant je ne sais pas si c'est en raccord avec elle mais dans tous les cas c'est le genre de projet que tous les influenceurs font. soit ils créent une marque, soit ils sortent un livre,... comme Léna, Romy, squeeze. Donc je dirais que ce genre de projet correspond bien à sa notoriété plus.	"encore un produit d'influenceur" "comparaison avec d'autres ytbr"
Moi je pense qu'il faut faire du profit là où on peut en trouver XD	"profit"
Oui, c'est en lien avec son contenu et sa personnalité	"en lien avec son contenu"
Oui mais ce produit à peu d'intérêt contrairement au format vidéo qui lui convient mieux pour l'authenticité	"le projet perd en authenticité"
Oui car elle progresse dans son monde, elle évolue	"maghla évolue"
Oui, en soit ce produit ne sort pas de nul part, c'est aligné avec ce qu'elle fait depuis longtemps	"en lien avec son contenu"

Oui car son produit est basé sur un concept perso qu'elle a lancé, le format fait sens aussi.	"en lien avec son contenu"
---	----------------------------

9.4. Annexe 4 - Tableau d'identification des ordres moraux

Ordre moral 1 - Mérite et légitimité par la contribution

Corpus	Verbatim	Valeur/norme implicite associée	Position
Andie Ella	« les vidéos sont bien organisées, le matcha est incroyable, tu as réussi un truc »	Reconnaissance du mérite par le résultat obtenu	Reconnaissance
Andie Ella	« ça fait partie de sa vie maintenant (...) tu mérites absolument toute cette réussite »	Mérite de la réussite entrepreneuriale	Reconnaissance
Andie Ella	« tu travailles tellement, c'est impressionnant, une vraie boss à seulement 22 ans »	Mérite amplifié par l'effort de la jeunesse	Reconnaissance
Andie Ella	« Franchement, je trouve que l'era Milia Matcha est juste parfaite (...) tu as réussi un truc !! »	Validation du résultat entrepreneurial	Reconnaissance
Andie Ella	« (...) monté son entreprise et l'assume sans s'en vanter non plus »	Légitimité par l'humilité face au succès	Reconnaissance
Maghla	« a voulu bien faire les choses avec des illustratrices de qualité et du personnel compétent »	Légitimité par l'exigence et le soin apporté au projet	Reconnaissance
Maghla	« (...) se fier que ce ne soit pas ses histoires ou ses dessins (...) c'est son idée de concept »	Légitimité par l'initiative et l'idée plutôt que par l'exécution	Reconnaissance
Maghla	« tu ne fais RIEN à part mettre ton nom, les dessins ne sont pas de toi, les histoires non plus, en quoi c'est ta BD ? »	Illégitimité par absence de contribution matérielle	Contestation
Maghla	« tu fais quoi au juste dans la BD ? On peut vraiment la considérer de toi ? »	Contestation sur la paternité du projet	Contestation

Maghla	« le projet de sa vie, c'est récupérer un pourcentage sur le taf des autres sans avoir rien fait dessus »	Illégitimité par appropriation du travail d'autrui	Contestation
Maghla	« ça paraît facile comme démarche de s'inspirer des histoires qui sont envoyées for free »	Facilité illégitime tirée du travail gratuit d'autrui	Contestation
Maghla	« c'est le même éditeur que la BD de Squeezie, est ce que l'idée vient réellement de toi ou de ton agent ? »	Doute sur l'origine réelle du projet, s'inscrit dans une pratique jugée opportuniste	Contestation

Ordre moral 2 - Cohérence identitaire

Corpus	Verbatim	Valeur/norme implicite associée	Position
Andie Ella	« elle a toujours consommé du matcha et elle a toujours parlé des bienfaits avant de lancer sa marque donc ce n'est pas surprenant »	Continuité entre le projet et le parcours de l'influenceuse	Reconnaissance
Andie Ella	« je trouve qu'on l'a perdu ces derniers temps (...) Son image est hyper contrôlée et bien moins spontanée qu'avant »	Rupture perçue avec l'image d'origine	Contestation
Andie Ella	« son contenu se rapporte beaucoup à sa marque, ce que je trouve lassant »	Saturation promotionnelle nuisant à l'identité perçue	Contestation
Andie Ella	« j'ai l'impression que tu ne fais pas la part entre la Andie de YouTube et la Andie entrepreneuse »	Confusion entre identité personnelle et identité commerciale	Contestation
Andie Ella	« t'es entrain de devenir une pick me, dommage »	Perte de modestie perçue comme dérive identitaire	Contestation
Maghla	« la continuité d'un projet YouTube (...) depuis des années »	Continuité entre le projet commercial et la ligne éditoriale	Reconnaissance

Maghla	« être de gauche quand ça rapporte des viewers mais être un véritable boutiquier quand il s'agit de les tondre et de faire du fric. Bien vu l'ultra capitalisme »	Incohérence entre discours engagé et pratique commerciale	Contestation
Maghla	« être de gauche et nous pondre une BD avec 6 biscuits, du thé, un marque-page et des stickers pour 100 balles. Anticapitalisme mais pas quand ça me concerne »	Incohérence entre positionnement politique affiché et prix du produit	Contestation

Ordre moral 3 - Responsabilité relationnelle envers la communauté

Corpus	Verbatim	Valeur/norme implicite associée	Position
Andie Ella	« malgré le temps que lui prend son entreprise, elle continue de penser à sa communauté en postant 2 vidéos par semaine (...) »	Générosité et constance envers la communauté	Reconnaissance
Andie Ella	« QUI offre 3 voyages au Japon pour 2 personnes ? »	Réciprocité concrète envers les abonnés	Reconnaissance
Andie Ella	« les gens se plaignent constamment (...) ceux qui te soutiennent vraiment comprennent »	Loyauté attendue envers l'influenceuse	Reconnaissance
Andie Ella	« ce n'est pas très modeste et humble »	Manque de simplicité perçu comme rupture relationnelle	Contestation
Maghla	« on raconte nos histoires et elle nous les revend, c'est ça ? »	Instrumentalisation du lien de confiance à des fins commerciales	Contestation
Maghla	« elle a juste utilisé les histoires de ses abonnés pour faire de la thune dessus »	Trahison du lien de confiance à des fins commerciales	Contestation

Ordre moral 4 - Justice distributive et équité envers les contributeurs

Corpus	Verbatim	Valeur/norme implicite associée	Position
Maghla	« il serait donc juste d'avoir le consentement des rédacteurs »	Exigence du consentement éclairé des contributeurs	Questionnement
Maghla	« une part des bénéfices de la BD va leur être versée (...) informés avec un accord explicite de leurs parts »	Exigence de rétribution équitable des contributeurs	Questionnement
Maghla	« dégouté pour les vrais artistes qui dessinent h24 sans succès »	Reconnaissance disproportionnée par rapport à la contribution créative réelle	Contestation

9.5. Annexe 5 - Tableaux

Tableau 1. La catégorisation des influenceurs

Catégorie	Nombre de followers	Caractéristiques
Méga-influenceurs	Un million de followers ou plus.	Ils possèdent une communauté de followers moins engagés.
Macro-influenceurs	Entre 100 000 et un million de followers.	Ils sont considérés comme experts du domaine qu'ils traitent. Ils possèdent un fort taux d'engagement de la part de leurs followers comparé aux méga-influenceurs.
Micro-influenceurs	Entre 10 000 et 100 000 de followers.	Ils ont une portée géographique plus limitée. Ils coopèrent avec des marques, mais reçoivent bien moins de partenariats rémunérés. Cependant, ils partagent du contenu jugé plus authentique et d'intimité avec leurs followers comparé aux macro-influenceurs. Ils possèdent un taux de persuasion plus élevé.
Nano-influenceurs	A compter de moins de 10 000 followers.	Ils se situent au début de leur carrière sur les réseaux sociaux.

		Ils possèdent néanmoins le plus haut taux d’engagement de followers, toutes catégories confondues. Ceci est dû à leur plus petite audience. Ils sont plus ouverts à accepter des partenariats non rémunérés afin de construire leur profil. Finalement, ils sont plus enclins à contacter les marques dans le but de favoriser les partenariats.
--	--	---

Source des données : Hudders et al., 2021

Tableau 2. Vidéos sélectionnées et nombre de commentaires retenus pour le corpus de Andie Ella

Titre de la vidéo	Date de publication	Sujets clés abordés	Nombre de vues	Nombre de commentaires récoltés
<u>JE LANCE MA MARQUE A 22 ANS (j’ai dépensé 250K€)</u>	19 novembre 2023	Présentation de la marque - entrepreneuriat	500k de vues	2
<u>1 MOIS POUR REFAIRE MES BUREAUX!!</u>	22 novembre 2023	Entrepreneuriat - vlog - marque - lifestyle	284k de vues	4
<u>LA VERITE SUR MON LANCEMENT</u>	29 novembre 2023	Entrepreneuriat - vlog - marque - lifestyle	298k de vues	25
<u>ça ne se passe pas comme prévu...</u>	3 décembre 2023	Entrepreneuriat - vlog - marque - lifestyle	197k de vues	2
<u>JE VOUS PRÉSENTE MA PIÈCE SECRÈTE !</u>	6 décembre 2023	Entrepreneuriat - vlog - marque - lifestyle	313k de vues	7
<u>GÉRER SON ENTREPRISE (et sa vie) À 22 ANS</u>	28 février 2024	Entrepreneuriat - vlog - marque - lifestyle - FAQ	364k de vues	31
<u>MORNING ROUTINE DE MILLIONAIRE (lol)</u>	2 octobre 2024	Vlog - marque - lifestyle - routine	404k de vues	5

<u>NOTRE DINER DE NOEL !!</u>	8 décembre 2024	Entrepreneuriat - marque - vlog - événement commercial	310k de vues	23
<u>JE VOUS REPONDS !!</u>	12 mars 2025	Entrepreneuriat - marque - lifestyle - FAQ	322k de vues	28
<u>NOTRE VIE SANS FILTRE</u>	23 avril 2025	Entrepreneuriat - vlog - marque - lifestyle	364k de vues	4
<u>J'OUVRE MON CAFE A SEOUL !</u>	12 mai 2025	Entrepreneuriat - marque - vlog - événement commercial	353k de vues	11
<u>maintenant vous savez tout</u>	25 juin 2025	Entrepreneuriat - vlog - marque - lifestyle - FAQ	480k de vues	14
<u>AVOIR UN BUSINESS AU JAPON : la réalité</u>	25 février 2026	Entrepreneuriat - vlog - marque - lifestyle	313k de vues	1
<u>JE RÉTABLIS LA VÉRITÉ SUR NOS SHOOTINGS</u>	1 mai 2026	Entrepreneuriat - vlog - marque - lifestyle	244k de vues	0

Source : élaboration personnelle avec des données en date du 19 mai 2026

Tableau 3. Contenus sélectionnées et nombre de commentaires retenus pour le corpus de Maghla

Titre de la vidéo	Date de publication	Plateforme	Nombre de vues	Nombre de commentaires récoltés
<u>Ma plus grande annonce (JE SORS MA BD !!)</u>	17 février 2026	YouTube	112k de vues	130
<u>Mon plus grand projet</u> 	17 février 2026	Instagram	1,4M de vues	30
<u>Mon nouveau projet</u> 	17 février 2026	TikTok	699k de vues	18
<u>Mon plus gros projet</u> 	17 février 2026	X	8,1M de vues	30

Source : élaboration personnelle avec des données en date du 19 mai 2026

Tableau 4. Résultats du codage binaire du corpus de commentaires (YouTube) de Andie Ella (n=152)

Critère	OUI	NON	NA
Perte d'authenticité perçue	7	40	105
Contenu perçu comme trop promotionnel	18	132	2
Déception émotionnelle	31	120	1
Soutien à l'influenceuse	133	16	3
Légitimation du projet commercial	125	2	25
Changement de contenu perçu	97	23	32
Désengagement de la communauté	24	124	4

Source : élaboration personnelle.

Tableau 5. Résultats du codage binaire du corpus de commentaires (YouTube) de Maghla (n=130)

Critère	OUI	NON	NA
Perte d'authenticité perçue	4	35	91
Contenu perçu comme trop promotionnel	42	72	15
Déception émotionnelle	54	69	6
Soutien à l'influenceuse	72	56	1
Légitimation du projet commercial	69	57	3
Changement de contenu perçu	3	22	104
Désengagement de la communauté	10	74	45

Source : élaboration personnelle.

Tableau 6. Résultats du codage binaire du corpus de commentaires (Instagram) de Maghla (n=30)

Critère	OUI	NON	NA
Perte d'authenticité perçue	0	0	30
Contenu perçu comme trop promotionnel	5	22	3
Déception émotionnelle	8	22	0
Soutien à l'influenceuse	22	7	1
Légitimation du projet commercial	23	6	1
Changement de contenu perçu	0	3	27
Désengagement de la communauté	1	19	10

Source : élaboration personnelle.

Tableau 7. Résultats du codage binaire du corpus de commentaires (X) de Maghla (n=30)

Critère	OUI	NON	NA
Perte d'authenticité perçue	4	0	26
Contenu perçu comme trop promotionnel	5	23	2
Déception émotionnelle	14	16	0
Soutien à l'influenceuse	4	26	0
Légitimation du projet commercial	2	27	1
Changement de contenu perçu	0	0	30
Désengagement de la communauté	2	2	26

Source : élaboration personnelle.

Tableau 8. Résultats du codage binaire du corpus de commentaires (TikTok) de Maghla (n=18)

Critère	OUI	NON	NA
Perte d'authenticité perçue	0	0	18
Contenu perçu comme trop promotionnel	1	16	1
Déception émotionnelle	0	18	0
Soutien à l'influenceuse	16	1	1
Légitimation du projet commercial	16	1	1
Changement de contenu perçu	0	0	18
Désengagement de la communauté	0	18	0

Source : élaboration personnelle.

9.6. Annexe 6 - Déclaration sur l'honneur

Déclaration sur l'honneur, mémoires de l'Ecole de communication, UCLouvain

Je déclare qu'il s'agit d'un travail original et personnel, que toutes les sources référencées ont été indiquées dans leur totalité et ce, quelle que soit leur provenance, et que l'utilisation des outils d'intelligence artificielle est conforme aux consignes d'utilisation publiées par la Faculté ESPO et disponible à cette adresse :

<https://intranet.uclouvain.be/fr/myucl/facultes/espo/intelligence-artificielle-consignes-d-utilisation-pour-les-etudiant-es.html>

Je suis conscient·e que le fait de ne pas citer une source, de ne pas la citer clairement et complètement, de ne pas annoncer dans une partie spécifique en début du mémoire l'utilisation que j'ai faite des outils d'intelligence artificielle ou de les utiliser de manière contraire à ce qui est prévu dans la note facultaire constituent des irrégularités graves au regard du *Règlement des études et des examens de l'Université catholique de Louvain* (Chapitre 4, section 7, article 107 à 114) au sein de l'Université. J'ai notamment pris connaissance des risques de sanctions administratives et disciplinaires encourues.

Au vu de ce qui précède, je déclare sur l'honneur ne pas avoir commis de plagiat ou toute autre forme de fraude et de n'avoir pas utilisé les outils d'intelligences artificielles en dehors de ce qui est accepté à l'UCLouvain.

Nom, Prénom : Bertrand, Lora

Date : 12 août 2026

Signature de l'étudiant·e :

A handwritten signature in blue ink, consisting of several fluid, overlapping strokes that form a stylized representation of the name 'Lora Bertrand'.

Résumé :

Ce mémoire analyse les jugements moraux exprimés par les communautés en ligne face aux initiatives entrepreneuriales de deux influenceuses francophones, Andie Ella et Maghla. Il s'agit de comprendre comment le passage d'un contenu de divertissement à une activité entrepreneuriale affecte la perception du public pour ces influenceuses et sur quels critères reposent les jugements portés à leur égard. Cette réflexion s'inscrit dans un contexte d'une professionnalisation des influenceurs et de la place des communautés en ligne dans l'évaluation de leurs pratiques.

Afin d'analyser cette dynamique, ce mémoire s'appuie d'une part, sur un corpus de commentaires publiés sur les réseaux sociaux et d'autre part, sur des réponses à un questionnaire ouvert. Les données récoltées sont traitées au moyen d'une analyse thématique ainsi qu'une identification des ordres moraux mobilisés par les internautes à partir des travaux publiés par Haapoja et al. (2024).

L'objectif est de mettre en lumière les critères communs à partir desquels les communautés en ligne accordent ou refusent leur reconnaissance vis-à-vis des initiatives entrepreneuriales des influenceuses étudiées.

Mots clés : jugements moraux - ordres moraux - communautés en ligne - influenceurs - entrepreneuriat