

Soignez votre réputation sur le Net

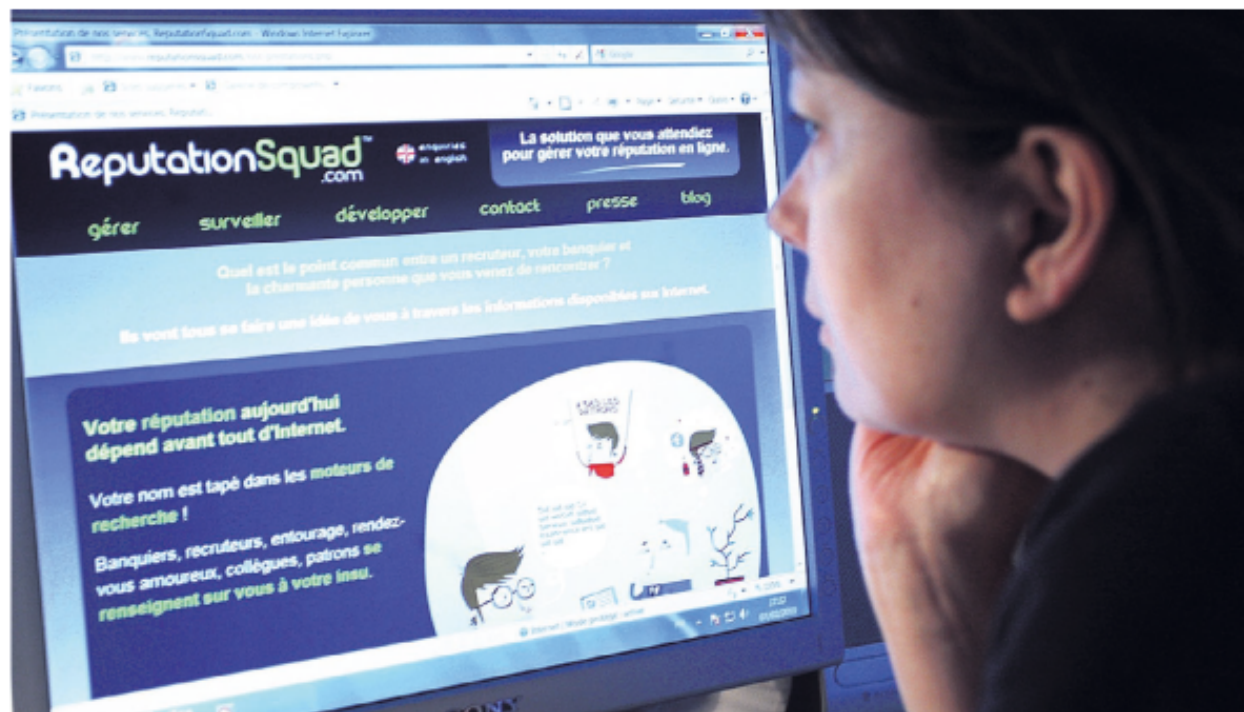
MULTIMÉDIA. Vous aimeriez supprimer une photo ou une vidéo peu glorieuse qui traîne sur le Web. C'est ce que proposent désormais des entreprises, spécialisées dans le ménage sur la Toile.

Photo peu avantageuse « volée » lors d'une soirée trop arrosée, vidéo de vacances en petite tenue sur la plage, condamnation pénale ou billet d'humeur politique publié lors d'antiques grèves étudiantes... Contrôler ce qui se dit ou ce qui se montre de nous sur le Web est devenu un véritable casse-tête pour les internautes. Depuis l'avènement de la Toile il y a dix ans, une poignée d'entreprises s'occupent de gérer l'image de marque des plus grandes firmes, parfois décriées par des consommateurs qui n'hésitent pas à inonder les blogs et les forums d'avis négatifs. Ces mêmes entreprises accueillent aujourd'hui de plus en plus de malheureux clients anonymes qui souhaitent se refaire une virginité sur la Toile.

Cela devient plus difficile quand il s'agit d'un texte sur Wikipédia ou d'une vidéo sur YouTube

SOPHIE ERHARD, RESPONSABLE DU SITE 123ENLIGNE.COM

Nous recevons de nouvelles demandes tous les jours, principalement de dirigeants d'entreprise ou de professions libérales, mais aussi de simples particuliers emmêlés, au moment de trouver un emploi par exemple, par certains éléments les concernant sur le Web, confirme Albéric Guigou, fondateur et dirigeant de Reputation Squad (« brigade de réputation » en français). « Tout s'est accéléré depuis l'énorme succès des réseaux sociaux comme Facebook



BRUNO (ESSONNE), HIER. Des entreprises comme Reputation Squad, chargées, à l'origine, de rétablir la réputation de grandes entreprises sur Internet, reçoivent aujourd'hui de nombreuses demandes de particuliers.

(L'YVIER GOSI)

a atteint 400 millions de membres) sur lesquels des millions de personnes s'affichent, publient des photos, des vidéos ou du texte les concernant ou concernant des proches. » Les tarifs de cette prestation de « nettoyage virtuel », qui peut facilement atteindre plusieurs dizaines de milliers d'euros pour la gestion de l'image de marque d'une grande entreprise, ont été largement revus à la baisse pour s'adapter aux budgets plus serrés des particuliers.

Pour 29,90 €, Reputation Squad s'occupe par exemple d'éradiquer une page Internet qui pose problème. Un simple courriel à l'auteur d'un texte diffamant ou à celui qui a publié une photo intime de quelqu'un d'autre suffit la plupart du temps pour régler le souci.

« Cela devient largement plus difficile quand il s'agit d'un texte sur Wikipédia ou d'une vidéo sur YouTube, bref sur les sites à forte puissance de notoriété du Web, prévient Sophie

Erhard, responsable du site 123enligne.com, spécialisé dans la veille marketing et la gestion de réputation en ligne. La technique la plus efficace consiste non pas, comme on pourrait le penser, à supprimer les éléments qui posent problème, mais à faire en sorte que de nouveaux, positifs, prennent leur place. » La réputation d'une marque ou d'un individu sur Internet « se résume le plus souvent aux deux premières pages de résultats obtenus

après une simple recherche sur Google, continue Albéric Guigou. Il suffit d'occuper ce terrain-là avec des références créées pour l'occasion. »

AYMERIC RENOU

Votre journal est interactif

Régissez sur votre iPhone
Mode d'emploi sur notre site

« Sur Facebook, vous n'êtes pas maître de vos données »

OLIVIER LEVARD ● coauteur d'un livre sur Facebook

Avec Delphine Soulas, Olivier Levard est l'auteur de « Facebook : mes amis, mes amours... mes emmerdes ! » qui vient de paraître aux Editions Michalon (16 €).

Pourquoi Facebook représente, à votre sens, l'une des menaces les plus vives pour la protection de la vie privée ?

OLIVIER LEVARD. Parce que ce réseau social, qui est devenu quasiment incontournable ces dernières années, a une manière bien particulière de gérer les informations diffusées par ses abonnés. Rien n'est simple pour configurer qui, sur le site, peut ou non avoir accès à telle information (message écrit ou photo) qu'on met en ligne. Sur Face-



Olivier Levard.

book, vous n'êtes pas maître de vos données.

Et pour se désinscrire ?

C'est encore pire : la procédure est complexe, tout est fait pour l'empêcher. Les données personnelles sont conservées de manière abusive. Pour Mark Zuckerberg, le patron du site, la « transparence » doit être de

mise : pour cacher certains éléments de sa vie privée, c'est qu'on a forcément quelque chose à se reprocher !

Cela peut-il s'arranger dans l'avenir ?

Oui, à condition que les pouvoirs publics imposent une régulation, par la loi par exemple, pour que le respect de la vie privée soit mieux respecté. Le droit inaliénable des données personnelles et privées des inter-

Je ne poste rien depuis mon profil et n'affiche aucune photo

nautes sera certainement reconnu dans quelques années, lorsqu'une majorité d'entre eux exigera une reprise de contrôle.

Pourquoi conservez-vous votre profil Facebook s'il y a tant d'inconvénients ?

Uniquement pour des raisons professionnelles, pour voir ce qui s'y passe, et j'y navigue comme un fantôme, incognito ou presque. Je ne poste rien depuis mon profil et n'affiche aucune photo. Mais même avec ces précautions, cela n'empêche pas certains de mes « amis » de publier parfois ma photo sans m'avoir prévenu...

PROPOS RECUEILLIS PAR A.R.

Trois conseils pour garder le contrôle

1 Occupez le terrain

S'inscrire sur les principaux réseaux sociaux, Facebook évidemment, mais aussi Twitter, LinkedIn, Viadeo, MySpace ou encore Copains d'Avant, est un bon moyen pour éviter qu'un autre internaute ou un homonyme ne prenne votre place et, dans le pire des cas, publie de fausses informations sur votre compte. Pas besoin d'utiliser les fonctionnalités de ces sites : une simple inscription, en livrant le minimum d'informations personnelles, suffit pour faire barrage au plus gros des menaces.

2 Restez en veille

« Googler » régulièrement vos nom et prénom pour vous faire, en quelques secondes, une idée précise de ce qui se dit de vous sur la Toile. Utilisé par 90 % des

internautes comme unique moteur de recherche, Google offre une vue idéale de la réputation virtuelle de quelqu'un à partir des deux premières pages de résultats.

3 Réglez votre niveau d'intimité

Photos, vidéos, adresse mail ou téléphone portable... Sélectionnez avec précaution les éléments de votre vie privée que vous mettez en ligne, et qui seront donc définitivement accessibles par n'importe quel internaute sans limite dans le temps. Faites scrupuleusement appliquer des règles strictes à vos enfants mineurs, et interdisez-leur de poster leurs coordonnées personnelles, des photos et des vidéos d'eux-mêmes ou de leurs amis. Évitez enfin, sauf si vous les assumez pleinement sur la place publique, d'afficher vos préférences sexuelles, politiques ou religieuses.

A.R.