

Le Monde
pour **Direct Matin**

Réputation. Taper son nom ou celui d'un collègue dans un moteur de recherche est devenu fréquent. Mais pour certains, il y a des commentaires ou des souvenirs que l'on préférerait oublier. Peut-on faire «disparaître» ces traces ?

Effacer sa vie numérique, un parcours semé d'embûches

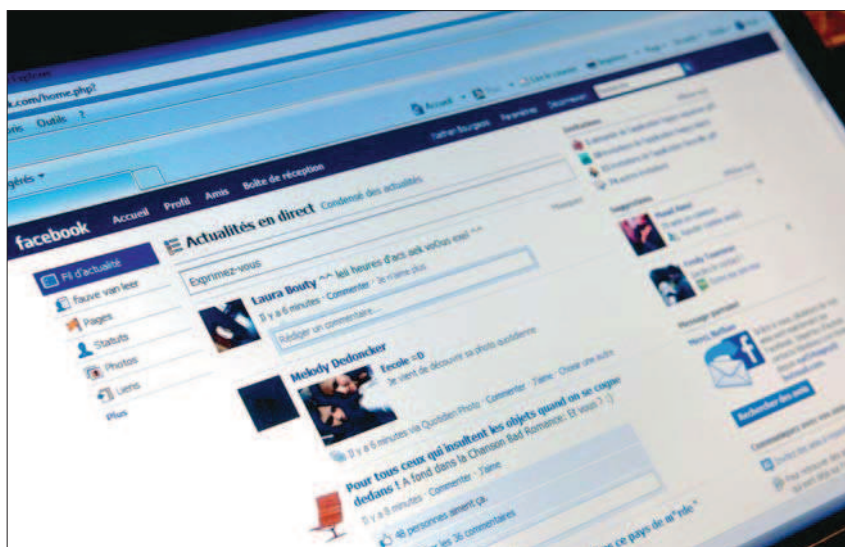
Une condamnation judiciaire ancienne, un conjoint indélicat, un ragot, ou bien des informations que l'on a soi-même publiées mais que l'on voudrait aujourd'hui voir disparaître... De nombreux internautes ont, un jour, fait l'expérience désagréable de taper leur nom dans un moteur de recherche et de voir apparaître des résultats qui peuvent leur porter préjudice. Pour celui qui souhaite faire disparaître ces informations des moteurs de recherche, la tâche n'est pas toujours aisée.

Obtenir la suppression d'un lien dans Google ou Bing relève en effet du tour de force. «*Nous avons constaté que beaucoup de gens pensent que Google gère le Web et contrôle tous les sites qui le constituent. Pourtant, ce n'est absolument pas le cas*», prévient, ironique, la page d'aide de Google consacrée à la suppression de liens. En pratique, à moins d'y être contraints par une décision de justice, les moteurs de recherche ne suppriment jamais de résultats à la demande d'un internaute : seul l'administrateur d'un site peut demander qu'une ou des pages de son site web soit supprimée.

L'internaute qui souhaite faire effacer des résultats doit donc passer par la personne qui gère le site et la convaincre de supprimer une page ou une information. Les choses peuvent être simples, si le site en question prévoit, par exemple, de signaler les contenus inappropriés. Sur Facebook, il est ainsi possible de signaler un faux profil usurpant votre identité, ou bien une photo ou un message portant atteinte à votre vie privée. Sur la plupart des forums et des plates-formes de blogs, sur les sites d'information, il est en général possible de demander aux modérateurs de supprimer des messages injurieux ou diffamants.

Mais que faire lorsqu'il n'est pas possible de contacter un responsable du site concerné, ou lorsque son administrateur refuse

de supprimer un message ou un article ? Plusieurs sociétés, lancées ces trois dernières années, se proposent d'aider les internautes à obtenir le retrait de publications qui peuvent leur nuire. Moyennant quelques dizaines d'euros pour les cas les plus simples, des entreprises comme Reputation Squad ou Zen Reputation font envoyer par leurs juristes des



Facebook, comme certains autres sites, propose de signaler les contenus inappropriés.

lettres demandant la suppression d'un lien diffamant, injurieux ou nuisant à la vie privée de leur client.

Mais la situation n'est pas toujours aussi simple : un internaute peut, par exemple, souhaiter la suppression d'article qui n'est pas contraire à la loi mais qui lui porte préjudice, comme un article relatant une condamnation judiciaire ancienne. Dans ce cas, ou si un même article a été copié plusieurs fois sur le Web, les «nettoyeurs du Net» prennent alors une approche différente. La suppression de l'article étant impossible, ils cherchent à le «noyer» dans les résultats de recherche des moteurs, en créant

d'autres pages qui auront pour but de «chasser» les résultats négatifs. Une approche qui, idéalement, devrait être préventive, juge Albéric Guigou, le fondateur de Reputation Squad. «*La plupart des particuliers qui nous contactent le font parce qu'ils sont confrontés à une crise, et souhaitent que nos juristes interviennent, explique-t-il. Mais ce qui est frappant,*

c'est qu'ils ne se rendent pas compte à quel point Internet est aussi une formidable source d'opportunités, par exemple lorsque l'on recherche du travail.» En matière de «réputation numérique», il n'existe en effet pas de solution miracle qui permettrait de ne faire apparaître que des résultats positifs dans les moteurs de recherche. En revanche, les internautes qui prennent les devants, en publiant sur un blog ou sur les réseaux sociaux des informations les concernant peuvent «sculpter» au fil des mois un profil qui apparaîtra lorsqu'on effectuera une recherche sur leur nom... Et leur permettra aussi de se différencier d'éventuels homonymes. «*Certains de nos clients sont des cadres supérieurs, qui nous contactent parce qu'ils estiment que leur expertise dans un domaine ne ressort pas assez lorsqu'on les recherche*, indique Albéric Guigou. *Nous travaillons aussi de plus en plus pour des personnalités, qui sont des habitués des médias traditionnels et qui accordaient peu d'importance au Web. Aujourd'hui, elles se rendent compte que tout est lié, et que les médias s'appuient aussi sur Internet.*»

Damien Leloup

«Certains clients nous contactent pour faire ressortir leur expertise sur le Web.»

Albéric Guigou,
Reputation Squad

A PARTIR DE VENDREDI
DANS

Le Monde

NOUVELLE OFFRE DU WEEK-END :
DÉCOUVREZ «M, LE MAGAZINE»