

Rectifiez votre image sur le Web

Article paru dans le magazine Entrevue du mois de novembre 2008, Clarisse Mérigeot

Ci-dessous vous trouverez les réponses que j'ai fourni aux 35 questions posées par la journaliste pour la rédaction de son article. Vous pourrez constater – entre autres - que je n'ai jamais dit que l'on « pouvait effacer la moindre photo gênante ».

INTERNET

Photos embarrassantes, opinions à l'emporte-pièce sur un blog... Qui n'a pas rêvé d'effacer certaines traces de sa présence sur Internet? C'est possible grâce aux nettoyeurs de réputation. Entrevue fait le point.

RECTIFIEZ VOTRE IMAGE SUR LE WEB!



Et si on faisait table rase de son passé sur le Net? Quand certaines traces nuisent trop à votre vie privée ou professionnelle, c'est parfois la dernière extrémité. Conseil d'ami.

stéphane.koch@intelligence.net | tinyurl.com/4ud6mq

S. Koch : "Nous pouvons effacer la moindre photo gênante."

C. Mérigeot : Pourquoi les gens font-ils appel à vous?

Stéphane Koch (nettoyeur de réputation sur Internet) : Parce que le Net a une mémoire d'éléphant! Le temps n'efface pas les annonces compromettantes passées sur un site de charme, par exemple. Pire, certains sites archivent des pages supposées détruites et les vendent à la demande! Une erreur de jeunesse peut refaire surface n'importe quand.

Donc tout le monde peut être victime du web?

Oui, personne n'est à l'abri de voir sa sex-tape circuler! (Rires.)

Comment travaillez-vous?

En résumé, nous faisons appel à des avocats et des spécialistes de la sécurité informatique.

C'est là que vous intervenez?

Oui. De nos jours, beaucoup d'employeurs se renseignent sur des candidats à un poste via les sites de réseaux sociaux comme Facebook ou Copains d'avant. C'est donc important d'avoir le contrôle sur les informations vous concernant. Ça serait trop bête de ne pas obtenir le job de votre vie!

Comment travaillez-vous?

ches sur vous sur Google dé-passe rarement la troisième page de résultats. On peut influencer ce qui apparaît en

"Une réputation ça se surveille, ça se bidonne aussi, en bien!"

Ainsi, nous pouvons effacer la moindre photo gênante. Une réputation ça se surveille, ça se bidonne aussi, en bien!

Faut-il être effrayé par tout ça?

Surtout pas! Internet est avant tout un formidable espace d'échange, non?

premier et même se créer des pages élogieuses...

Comment ça?

Quelqu'un qui fait des recherches sur vous sur Google dé-passe rarement la troisième page de résultats. On peut influencer ce qui apparaît en

Mes questions suivent. Elles sont nombreuses, mais le sujet est vraiment passionnant. Je vous demanderai si vous le voulez bien de me répondre très simplement, sans termes techniques etc... Comme je vous le disais tout à l'heure au téléphone, il me semble que le lecteur a simplement envie de savoir ce qu'il risque, comment se protéger, quels pièges éviter, et savoir que vous existez en cas de problème. Je suis entrain de boucler l'article, donc si vous pouviez me répondre pour demain matin, ce serait vraiment formidable.

Merci Stéphane,
Clarisse.

Comment définiriez-vous la « web-réputation » en quelques mots ?

C'est la gestion, ou la construction de sa présence numérique, et de la manière dont on veut apparaître aux yeux des autres

Pourquoi est-il nécessaire de gérer sa réputation sur Internet ? Quel est l'enjeu ?

Le web est fait d'informations hétérogènes dont l'amalgame de sens (liaison entre diverses informations) se fait par le biais des mots-clés que l'on met dans les moteurs de recherche, il est donc nécessaire de veiller à ce que les informations qui vont être mises en relation avec son nom soient le plus pertinentes possible. Il est donc plus judicieux de créer et gérer son image plutôt que de laisser celle-ci se construire au grès des informations « trouvées » sans discernement sur le Net... La gestion de son « clone » numérique est même devenue indispensable si on prend en compte la manière dont le Web s'est développé ces dernières années, que cela soit par rapport à sa perception sociologique ou au niveau technologique. Aujourd'hui le Web fait partie du « quotidien » de la majorité d'entre-nous et tout un chacun est à même de créer du contenu en quelques clics de souris. Ces changements ont eu comme principale conséquence une production exponentielle et incontrôlée d'informations de natures diverses, dont le contexte de publication est très émotionnel (par exemple les blogs ou le réseau social Facebook).

VU SUR LE NET

Se faire salir en ligne, rien de plus facile...

PHOTOS INTIMES **USURPATION D'IDENTITÉ** **RUMEURS**

1. Taches indélébiles. Laura Manaudou tombée de son piédestal à cause de photos intimes, le frère de Mohammed VI victime d'un faux profil Facebook, Barack Obama obligé de créer un site pour contrer toutes les folles rumeurs circulant sur son compte... Le web ne fait aucun cadeau aux personnalités. Mais que ce soit par inconscience de leur part ou à cause d'une malveillance, les particuliers aussi peuvent voir leur honneur bafoué.

Les conseils d'un pro pour anticiper

2. Mieux vaut prévenir... Pour Stéphane Koch, spécialiste en gestion du risque, il n'y a aucune raison de craindre le Net si l'on respecte certaines règles. En voici trois : « Ne rien diffuser qu'on ne puisse pas assumer car des failles techniques rendent trop de sites accessibles à n'importe qui ; faire effacer sa clé USB ou son disque dur avant de les prêter car tout y est récupérable ; ne pas tourner sa webcam vers sa chambre à coucher. »

Réparer quand le mal est fait

3. Des solutions. En France, la loi permet de faire retirer d'un site des données vous concernant, mais la démarche est fastidieuse. En cas de nécessité, il est préférable de faire appel à un « nettoyeur de réputation ». En voici trois, ci-dessus. Parmi leurs clients, ces sociétés comptent aussi bien des grandes entreprises, des peuples, des politiciens... Un travail qui rend parano : pour une interview, le cabinet Hington Klarsey a refusé que nous enregistrions!

Par extension, pourquoi est-il intéressant de s'adresser à vous ?

Les personnes qui comme moi passent énormément de temps sur le Net à observer et tester les développements, services, communauté et typologies des échanges, acquièrent, au fur et à mesure du temps une capacité « anthropologique » et « empathiques » des spécificités propres à cet environnement. Le web offre une capacité de mise en relation de la connaissance, tout un chacun est en mesure d'y accéder et d'apprendre, mais cela a non seulement un coût en temps, mais est aussi extrêmement évolutive, ce que l'on sait aujourd'hui devra être remis en question le jour d'après. Faire appel à des professionnels qualifiés permet d'économiser sur le temps nécessaire à l'acquisition de cette connaissance.

Pourquoi ne peut-on pas dire ni faire n'importe quoi sur Internet ? On dit que le Net n'oublie jamais ? Que sur le Net, on n'a pas droit à l'oubli ?

Les moteurs de recherches, en particulier Google - utilisé par 90% des français - ont une mémoire d'éléphant. Sur le Net l'onde médiatique, ou les « paroles » se transforment en des couches informationnelles, qui réagissent ensuite à la formulation de mots-clés, en dehors de tout contexte temporel. En plus de permettre l'accès à des informations en temps réel, Google permet aussi d'obtenir des informations qui ne figureraient plus sur les sites ou elles auraient été publiées à l'origine (Google fait de manière générale une copie de toutes les pages web qu'il connaît). Il y a aussi un certain nombre de sites web, comme archive.org, qui stockent automatiquement l'information sur plusieurs années et la fournissent ensuite à qui le demande. Certaines personnes font aussi des copies de pages Web au moyen de programmes appropriés ou enregistrent ce qui les intéresse directement sur le disque dur de leur ordinateur. Donc, les personnes qui se trouveraient incriminées par des informations négatives, traîneront très longtemps le poids de la sentence médiatique.

En quoi la réputation de chacun est-elle en danger sur le Net ?

Le web participatif fonctionne essentiellement sur une dynamique de croyance au sens sociologique du terme. La majorité des utilisateurs et contributeurs ont une réaction en premier lieu émotionnelle dans l'accès et la production d'information. Donc, il n'y aura pas forcément une distance critique dans le traitement de l'information. C'est pour cette raison que beaucoup d'informations erronées, telles que les canulars (Hoax) ont un cycle de vie très long sur la toile. La facilité avec laquelle on peut produire du contenu et le manque de distance critique offre un terrain propice à la circulation des rumeurs et à la propagation de fausses informations. La peopolisation de l'information a aggravé ce phénomène.

Qui êtes vous, à qui vous adressez vous ? Quels services proposez-vous ? En quoi consiste le métier de "nettoyeur" ?

J'ai un cursus assez hétérogène, j'ai travaillé 15 ans dans le domaine des télécommunications, ainsi que dans les relations publiques et la lutte contre la criminalité économique. Cela dit la formation dans mon métier est un processus continu et itératif, je suis de ce fait en constante réévaluation de mes connaissances. Le cœur de mon métier c'est l'information, je la traite en prenant en compte les technologies et leurs modes d'action, ainsi que les interactions humaines liées à celles-ci. Mes lectures donnent un bon exemple de l'étendue de mon métier, elles vont du magazine MISC (sécurité informatique et sécurité de l'information) à Cerveau & Psycho, en passant par Sciences humaines et bien sûr les différentes sources ouvertes présentes sur le Web.

Mes services s'adressent autant à des particuliers qu'à des entreprises. La formule que je privilégie est le coaching, car je pense qu'un transfert de connaissance est indispensable à une maîtrise dans la durée de sa présence online. Cela peut être un accompagnement dans la construction d'une réputation ou la consolidation d'un périmètre de marque, à l'analyse des informations relatives à la présence d'une personne sur le Web. La vitesse de réaction étant primordiale, il ne faut pas voir mon métier comme le métier de nettoyeur uniquement, la gestion de la réputation, dans l'idéal devrait être une démarche préventive, toute action à posteriori demandant beaucoup plus d'énergie et de temps.

Qui sont vos clients ? Avez-vous des peuples, des particuliers, des entreprises, des hommes politiques, parmi vos clients ? Pourquoi ? Quel est l'enjeu pour eux ? Qu'est ce qui peut leur arriver de pire ? Que craignent-ils. ?

Mes clients vont de particuliers dont l'image a été ternie par des articles dans les médias ou par des publications d'utilisateurs, à des entreprises qui sont attaquées par des concurrents ou victimes de diffamation. Ou simplement à différents acteurs qui désirent anticiper ce genre de problème en intervenant préventivement, ou en mettant en œuvre des scénarios de crise. J'ai parmi mes clients des personnes qui ont une certaine visibilité médiatique, mais pas de people à proprement parlé.

Tout le monde peut-être victime d'un mauvais buzz ?

Absolument, pour illustrer mes propos je ferais référence à l'affaire des caricatures de Mahomet. : plus de 1000 site d'entreprises danoise ont été attaqués (défigurés) simplement parce qu'il avaient été identifiés comme originaire de ce pays et non en raison d'une quelconque relation avec l'affaire des caricatures. Le principal facteur auquel tout le monde est exposé est l'émotion et le web d'aujourd'hui représente sa plate-forme idéale d'expression.

Quelles peuvent être les conséquences d'un mauvais buzz ?

Elles peuvent être économiques et psychologiques. Au niveau économique, une entreprise ou un indépendant peut perdre toute crédibilité pour ses clients, ce qui aura des conséquences sur son activité professionnelle, son chiffre d'affaires ou ne serait-ce que sa capacité à recruter des nouveaux employés. Au plan psychologique les dommages peuvent être énormes, cela peut aller de la dépression au suicide, en passant par la rupture familiale et sociale, ou encore le chantage.

C'est quoi la demande la plus courante que vous recevez de vos clients ? Le problème le plus courant ? (« La suppression d'un message ou d'une photographie constitue la première demande de notre clientèle »)

Comprendre une problématique, savoir dans quelles mesures on peut intervenir et quelles seraient les chances de succès. A ce sujet je désire préciser qu'il faut faire attention aux messages trop positifs de la part des professionnels. Chaque situation doit être traitée individuellement par rapport à sa dynamique propre. La gestion de la réputation n'est pas une science exacte, et le succès des actions entreprises dépend aussi dans un certain nombre de cas d'acteurs tiers sur lesquels on n'a pas de contrôle. Pour cette raison même si l'approche pour résoudre un problème sera la bonne, elle ne sera forcément couronnée de succès.

La sex tape ?

Il faut être conscient qu'aujourd'hui on est à la merci de comportements irrationnels, le Web étant simplement le support idéal. Le problème est donc essentiellement humain, une relation quelque que soit son degré d'intimité est basée sur l'émotion et l'affinité qu'elle suscite. Il faut donc être conscient que ce qui est créé de manière irrationnelle peut se défaire de la même manière, et que les amis d'aujourd'hui ne sont pas forcément les amis de demain. Dans un sens c'est malheureux mais il faut anticiper ce type de risque et avoir un contrôle sur le support sur lequel l'information peut être stockée (clé USB, appareil-photo, carte mémoire, disque dur, téléphone mobile, etc...) qu'il ne faudra pas non plus revendre d'occasion sans leur avoir fait subir un nettoyage professionnel (effacement des données). Il faut aussi veiller à la sécurité de son ordinateur si on y héberge des informations sensibles, tout comme on va éviter d'orienter sa webcam en direction de sa chambre à coucher.

Vous êtes combien pour faire ça ? Il y a quoi des avocats, des informaticiens ? Qui fait quoi ? Comment ça marche ?

Dans ce type de domaine plusieurs acteurs peuvent être amenés à intervenir en fonction de la nature du problème : Un avocat pour faire des demandes formelles envers les parties concernées (moteurs de recherche, site web, société d'hébergement ou d'enregistrement de noms de domaines). Un spécialiste en sécurité informatique, pour la sécurisation du stockage et de l'échange des données. Un spécialiste de l'analyse des traces pour collecter des preuves, ou pour gérer l'effacement des données sur différents supports. Pour ma part je suis en mesure de couvrir plusieurs de ces domaines, mais je pourrais faire appel à un tiers en fonction de l'importance et de la nature du dossier à traiter.

On dit que beaucoup d'employeurs « googlisent » des candidats à un emploi avant de les engager, est ce que c'est vrai ? C'est une pratique courante ? Est-ce que les employeurs scrutent la toile, avant d'embaucher ?

En effet c'est une pratique courante, certains s'inscrivent sur différents réseaux sociaux pour vérifier la qualité de leurs futurs candidats, ou parfois le comportement de leurs employés vis-à-vis de l'entreprise. Un certain nombre de ces pratiques sont à la limite de la légalité et du respect de la sphère privée, mais il ce type de démarches est extrêmement difficile à prouver. Des entreprises ont déjà fait appel à mes services pour vérifier le parcours et la réputation de candidats à des postes à responsabilités. Dans ce cas, la limite entre le respect de la sphère privée et l'acquisition d'information à caractère professionnelles est parfois mince ; la raison ne tient pas seulement à la nature de la démarche, mais aussi du fait que certaines personnes séparent de moins en moins le professionnel du privé.

Faire des recherches sur Internet, c'est un phénomène récent, pour les employeurs ?

En Europe c'est un phénomène assez récent pour des entreprises dont le web n'est pas le secteur premier.

Donnez moi des exemples de problèmes que peuvent rencontrer des internautes en matière de réputation ? Les pires cas ? (La sex tape ? Les photos dénudées qui circulent ? La campagne de dénigrement ? Les erreurs de jeunesse ? Les campagnes de dénigrement lancées par quelqu'un qui veut vous nuire ?)

En Suisse un politicien c'est fait filmer nu en train de sniffer de la cocaïne par sa maîtresse, argumentant que cela permettrait à celle-ci d'avoir un moyen de pression sur lui s'il se comportait mal... Il ne croyait pas si bien dire, elle a envoyé le film aux médias quand son conjoint a décidé de changer de maîtresse... Sa carrière politique a été anéantie, et il a perdu des mandats. Ses enfants passaient tous les jours devant les affiches relatant les agissements de leur père. Son nom a été cité dans les quotidiens romands pendant plus de 20 jours. La vidéo est restée accessible sur le site de plusieurs quotidiens pendant tout ce temps - alors que Youtube l'avait enlevée de son site 1h. 30 après sa mise en ligne...

Quels sont les différents cas auxquels vous avez pu faire face jusqu'ici ?

Plusieurs cas de diffamation, que cela soient pour des particuliers ou pour des entreprises. D'autres par rapport à l'effacement ou la réduction d'informations passées mais toujours accessibles sur le Web. Ou dans certains cas pour justement construire une réputation.

Vous nous faites peur. Mais rassurez-nous, l'Internet est quand même un outil de mise en avant extraordinaire, si on l'utilise correctement ? Pour mettre son CV en ligne ou faire sa promotion entant qu'artiste, par exemple ?

Bien sûr, le Web est représentatif de ce que l'on trouve dans l'humain. C'est un miroir sociologique, du meilleur comme du pire. Si je ne devais citer qu'un exemple du meilleur je prendrais le CV vidéo de « Marie Breton , conceptrice rédactrice junior », disponible sur Youtube. C'est un exemple de création artistique qui lui a permis de choisir son emploi parmi plusieurs centaines d'offres reçues suite à la diffusion de sa vidéo.

Que faut-il faire, et que faut-il ne PAS faire sur Internet pour « sécuriser » sa réputation ?

Comment se protéger et protéger sa réputation ? Que faire, que ne pas faire ?

Il ne faut pas publier sa vie intime et ne pas diffuser une information dont on pourrait avoir honte à un moment ou un autre. Toutes les informations ou type de contenus (texte, audio, vidéo, image) que l'on met en ligne doivent pouvoir être vu par tout un chacun sans que cela puisse porter préjudice à la personne concernée. Que cela soit sur Facebook ou sur n'importe quel espace considéré comme protégé. Aucun site Web n'est à l'abri d'une faille technique qui permettrait un accès momentané à des informations protégées, ou un piratage du serveur qui héberge nos contenus. Il faut aussi prendre en compte que la notion de réputation s'entend à tous les supports d'information numérique (Clé USB, CD, ordinateurs, disques durs, carte mémoire, caméra, téléphone mobile), chacun d'entre eux représente un risque potentiel d'une mobilité incontrôlée de l'information. On trouve une multitude de ces supports en vente sur des sites d'enchères, leur détenteur premier croyant avoir effacé les données qu'ils contenaient auparavant. Il suffit de posséder un programme de récupération des données effacées pour faire revivre les moments glorieux qui ont été présents à un moment donné sur les supports en question. Le seul moyen de palier à ce problème, c'est de procéder à une destruction physique ou à un effacement professionnel au moyen d'un logiciel adapté. La sécurité de son ordinateur et de sa connexion Wifi et Bluetooth sont aussi des éléments essentiels pour éviter une diffusion involontaire d'information sensibles. On peut aussi ouvrir gratuitement un compte sur Google et créer des alertes sur son nom afin d'être prévenu si le moteur de recherche vous croise numériquement sur la toile.

Quelles sont les choses dont il faut toujours se souvenir avant de diffuser des photos compromettantes de soi sur Facebook, par exemple ?

De ne pas la diffuser. Pourquoi ne pas plutôt organiser des soirées entre amis ou on se passe les photos compromettantes autour d'une bonne bouteille.. ? Une photo, une fois qu'elle est disponible sous forme numérique est de facto mobile. Sa stabilité ne dépend pas que de son propriétaire, mais repose aussi sur le bon vouloir de tiers.

Et puis il faut faire attention à ce qu'on dit sur le Net car personne n'y est vraiment anonyme, n'est-ce pas ?

L'anonymat est un des aspects les plus difficile à gérer pour des personnes non averties. Je partirais donc du principe qu'une personne qui n'est pas au bénéfice d'une très bonne connaissance technologique ne pourra pas être complètement anonyme.

Il faut respecter un degré raisonnable d'exposition sur Internet ?

C'est finalement une question de bon sens. Quel est le degré d'exposition que l'on accepte dans notre vie de tous les jours. Il faut conserver la même approche tout en étant conscient que dans le cas du Web, le voisinage est planétaire.

-Comment se comporter sur Internet pour ne pas le regretter après ? (déjà abordé - sk)

-Mais si c'est trop tard ? Comment réparer ? (déjà abordé - sk)

-Qu'est ce que je fais si mon ex diffuse sur Internet notre sexe tape pour se venger ?

Si votre ex agit de la sorte il est primordial d'intervenir le plus vite possible sans lésiner sur les moyens. Chaque minute qui passe représente un potentiel supplémentaire de rediffusion ou de copie de la vidéo – et dans le cas d'un sexe tape, un maximum de sites Web de type « adultes » seront preneurs. Il faut en premier lieu déposer plainte contre l'ex-conjoint, ensuite après avoir identifié l'étendue du problème, si le site qui héberge la vidéo est situé en France, il faut immédiatement faire appel à un avocat pour faire retirer la vidéo du site incriminé. Si le site est situé à l'étranger les choses se compliquent car le retrait de la vidéo sera sujet au contexte législatif en vigueur et suivant le pays concerné la langue peut-être un problème supplémentaire. Pour information, à l'heure actuelle les sites tels que Youtube ne représentent plus un problème pour faire retirer un contenu de ce type. Je tenterais aussi, en parallèle de l'action judiciaire et policière, une tentative de négociation avec l'ex-conjoint.

Qu'est ce que je fais si un ancien employé diffuse sur moi des calomnies ? Un amoureux éconduit ? Quelqu'un qui veut me nuire ?

Je tenterais aussi dans ce cas une négociation avec la personne concernée tout en essayant de consolider les preuves des nuisances décelées afin d'avoir un moyen de pression judiciaire. Réunir des éléments de preuve pourra aussi me permettre d'entamer un dialogue avec les moteurs de recherche et les sites concernés pour qu'ils mentionnent plus les liens avec les contenus offensifs dans leurs résultats.

Si on dit des horreurs sur moi partout sur le Net ?

Dans un premier temps je délimiterais le périmètre d'action des informations négatives pour avoir une vision claire des forces en présence et surtout de la typologie des sites qui hébergent les informations (est-ce des sites d'influence, quel est leur importance et la qualité de leur référencement dans les moteurs de recherche) qui me sont préjudiciables. Ensuite il faudrait travailler sur l'action judiciaire d'un côté et sur la création de contenus neutres et positifs afin d'essayer de noyer les informations négatives. Le but de la manœuvre est que les informations qui vous desservent n'apparaissent pas avant la trentième position idéalement. En parallèle j'entamerais un dialogue avec les moteurs de recherche et site concernés.

Si j'ai posé nue et que je cherche un emploi sérieux ? À responsabilités ? Et que des photos de moi nue, prises dans ma jeunesse, circulent sur Internet ?

Il faut essayer de voir dans quelle mesure on peut les faire retirer des sites incriminés, mais cela dépendra de leur bonne volonté. Parfois les solutions simples peuvent aussi fonctionner, il n'y a pas forcément une volonté de nuisance de la part des parties impliquées. Le rachat des photos peut éventuellement être une solution, de même que l'action judiciaire en fonction de la manière dont les images concernées se sont retrouvées publiées sur le site...

C'est votre métier, mais ne peut-on pas faire tout ça soi-même ? Il y a des méthodes ? Des logiciels ?

Il y a un certain nombre de choses que l'on peut faire soi-même – surtout au niveau préventif - mais en ce qui concerne la définition de l'identification du problème, et de la mise en œuvre d'une stratégie appropriée, cela demande des connaissances. Les erreurs en termes de gestions de problèmes de réputation peuvent aussi être lourdes de conséquences. Cela dit, cette « connaissance » dont je parle est accessible à tout un chacun, mais c'est extrêmement chronophage, la capitalisation et la mise en exercice du savoir représenteront un coût élevé.

Que dit la loi ?

La loi est un environnement complexe qui fait autant appel à la connaissance des textes qu'à la capacité à les interpréter. C'est donc un domaine de spécialiste qui ne peut pas se permettre l'amateurisme. Faire appel à un avocat rompu à ce genre de problème, permet un gain en temps et en efficacité considérable. Pour ma part, je ne me substituerais pas à ce genre de compétence.

Les entreprises craignent-elles l'Internet ? Les mauvais buzz ? Les pubs virales ? Quels peuvent être les conséquences pour elles ?

Beaucoup d'entreprises sont encore dans une perception naïve du Web, que cela soit par omission ou parce qu'elles consacrent toute leur énergie à leur activité. Aujourd'hui, une entreprise connectée au Net doit au minimum surveiller son image.

Il paraît qu'il est possible d'augmenter artificiellement sa notoriété sur le Net ? De « truquer » sa réputation en générant du « contenu positif » ? Comment ? Vous vous chargez de ça ?

Qui créer du contenu existe... Il ne s'agit pas de trucs, mais de fournir des informations à même d'être prises en compte par les moteurs de recherche pour faire augmenter le volume de sa présence. Si l'on agit de manière non éthique, il y a de bonnes chances que ce type de comportement soit sanctionné par les moteurs de recherche. Et dans ce cas, la sanction équivaldrait à un bannissement de sa présence parmi ceux-ci. Il existe aussi un certain nombre de réseaux sociaux (Facebook, Viadeo, LinkedIn, copains d'avant) ou de sites de publication de profil (Venyo, Ziki, Naymz, lookuppape) qui sont pris en compte par les moteurs de recherche. Créer une présence homogène au travers de ces différents sites, est aussi un élément constitutif de la consolidation de sa réputation numérique.

C'est un phénomène récent, les « nettoyeurs » ? Est-ce qu'ils en existent beaucoup qui exercent le même métier que vous ? Y en a-t-il en France et qui sont-ils ?

Il y a beaucoup de professionnels sur ce marché, et bien que nombre d'entre eux soient sérieux, je pense que beaucoup assurent être en mesure d'intervenir, mais il faut être prudent quand on fait appel à ce type de prestations. Une mauvaise perception du problème ou une mauvaise stratégie peut avoir l'effet inverse à celui espéré. Les démarches offensives sont généralement à proscrire.

Est-ce que c'est une mode, ou est-ce que c'est un vrai phénomène en expansion ?

C'est un phénomène en expansion. Plus le web se vulgarise plus de personnes l'utilise. On trouve aujourd'hui sur Facebook des utilisateurs qui se contre-fiche d'être sur le Net, ils veulent juste utiliser les services qui leur permettent d'échanger et de partager.

Les nettoyeurs ont-ils de beaux jours devant eux ?

C'est une activité qui risque de connaître une certaine expansion ces prochaines années. Mais cette progression se fera en fonction de la capacité d'autorégulation du net et de l'évolution et de l'harmonisation des législations.