

A travers la profusion de blogs, de forums et de réseaux sociaux, les risques d'atteintes à la réputation et à l'image des personnes et des entreprises deviennent de plus en plus importants. Il existe plusieurs moyens de tenter de reprendre la main en la matière, autrement dit d'inverser la tendance en maîtrisant ce qui se dit. Des sociétés spécialisées dans la gestion de réputation en ligne, à l'image d'IC-Agency à Genève, de WnG Solutions à Lausanne ou encore de Reputation Defender aux Etats-Unis, offrent toute une gamme de services allant de la veille stratégique à la production de contenu positif en passant par la négociation, voire l'intervention juridique, auprès des webmasters qui hébergent les contenus concernés.

DE NOMBREUX OBSTACLES

«Il n'est pas évident, et même le plus souvent impossible, de faire disparaître du contenu publié sur le Net, souligne Stéphane Koch, formateur en gestion de réputation en ligne. De plus, ce type de service coûte extrêmement cher à un particulier.» Chez IC-Agency, par exemple, la veille stratégique dans toutes les langues, y compris à travers un grand nombre de forums payants comme celui du *Financial Times*, coûte au minimum 30 000 francs par an. Des solutions grand public existent, disponibles dès 10 dollars par mois, par exemple chez Reputation Defender. Mais pour ce prix le service se limite à une simple compilation automatisée de résultats, sans intervention ciblée pour faire supprimer du contenu ou produire de l'information positive.

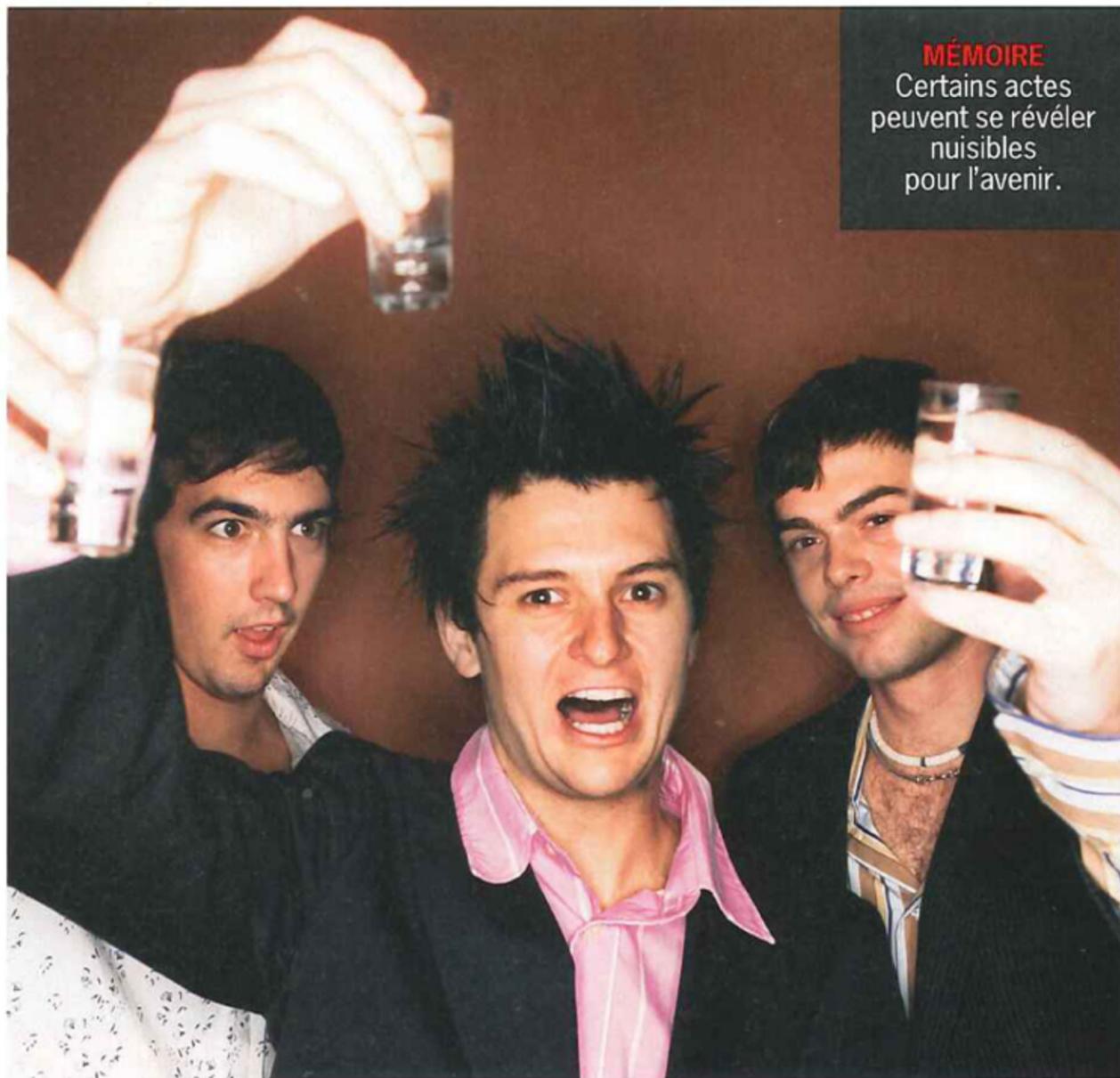
«Le retrait d'un contenu sur les moteurs de recherche dépend du webmaster»

rien, nous publions du contenu positif afin qu'il apparaisse en premier dans les résultats de recherche de Google, reléguant ainsi

Le terme de «nettoyeur du Web», souvent utilisé pour décrire ces sociétés, se révèle très caricatural. Car, techniquement, rien ne disparaît jamais de la Toile, sauf intervention juridique ou négociation avec le webmaster. «Quand la voie des négociations ne donne

le contenu problématique», explique Stéphane Grivat, directeur de WnG Solutions. Démarche similaire chez IC-Agency: «Nous nous tenons parfaitement au courant des processus de référencement de Google qui sont fréquemment mis à jour, relève le directeur David Sadigh. A partir de là, nous pouvons, par exemple, aider notre client à diffuser un communiqué de presse qui utilisera les bons mots-clés et les meilleurs canaux de diffusion avec l'objectif d'être propulsé en tête des recherches sur Google. En l'espace de quelques jours, une entreprise peut ainsi reprendre le contrôle de ce qui se publie sur elle.»

Reste que de telles opérations méticuleuses et personnalisées deviennent toujours plus complexes à mettre en œuvre. «Avec la syndication de contenu, une information se propage simultanément sur plusieurs plates-formes, comme les agences de presse, les forums, les blogs, Facebook, Twitter, YouTube, etc. Cela rend la veille stratégique plus délicate, souligne David Sadigh. De même, la construction progressive d'un historique des données, par exemple pour le Registre foncier, accroît sans cesse le nombre d'informations publiées sur une personne ou une entreprise. Cela à son insu...» ■



MÉMOIRE
Certains actes peuvent se révéler nuisibles pour l'avenir.

JURIDIQUE

AVEC LE NET SONNE LA FIN DU DROIT À L'OUBLI

Les moyens de laver son honneur restent aujourd'hui très limités.

Avocat valaisan spécialiste d'Internet, Sébastien Fanti, qui dénonce vivement cette dérive, livre l'anecdote suivante: «L'un de nos clients, un résident lausannois au profil un peu marginal, s'est rendu compte qu'il était l'objet de moqueries par un groupe créé sur Facebook de manière anonyme. Mais impossible de savoir qui est l'initiateur du groupe... Facebook

répond qu'il appartient à une Cour de justice californienne de divulguer ou non ce type d'informations. Sur le plan légal, nous sommes ainsi très loin d'une solution multilatérale. C'est le principe de territorialité qui s'applique. Quant au contenu disponible sur les moteurs de recherche comme Google, leur retrait éventuel dépend de la volonté du webmaster.»