

Construire son identité numérique et sa e-réputation

FICHE OUTILS N°6-4

Introduction

Février 2018 : Sa voix bouleverse les coachs de The Voice grâce à sa reprise de Hallelujah de Leonard Cohen. Mennel Ibtissem franchit ce soir là, la difficile épreuve des auditions à l'aveugle. Hélas pour elle, elle porte un voile, ce qui attise la curiosité malveillante. Très vite, d'anciens tweets postés après les attentats de Nice par la chanteuse, suscitent une vive polémique. Par ailleurs, elle avait relayé des post de Tariq Ramadan et Dieudonné. Son e-réputation est devenue en quelques instants sa réputation tout court et The Voice l'écarte du concours.

Identité numérique et e-réputation

L'e-réputation et l'identité numérique, sont les deux faces de la même pièce. Votre identité numérique, c'est l'ensemble des informations que l'on trouve sur Internet vous concernant. C'est donc une identité de « données ». Comme dans la vie réelle, l'identité virtuelle et donc la « e-reputation » est un fin mélange entre « ce que je montre, ce que je cache, ce que les autres perçoivent et ce qui m'échappe ».

Autant d'informations qui peuvent faire, ou défaire, la **réputation** d'une personne lorsqu'elles se trouvent commentées, détournées ou publiées à son insu.

Comment Gérer / Construire son identité numérique pour renforcer son e-réputation ?

La construction de son identité numérique : une attitude pro-active

Une présence en ligne se réfléchit et se construit. La maîtrise de son identité numérique n'est pas forcément compliquée ou longue à mettre en place. Elle demande simplement de prendre un peu de recul et de temps.

Prendre la parole sur vos champs d'expertises

Tout d'abord, le web vous permet de prendre la parole sur vos champs d'expertise. Le web est un formidable espace de liberté où vous pouvez mettre en avant vos qualités, votre expertise et vos compétences. D'un point de vue professionnel, il peut vous apporter des opportunités. **Pour cela, vous devrez être présent et actif.** Cette présence peut prendre de multiples aspects.

Etre actif sur LinkedIn ou animer une page pro sur Facebook

Un certain nombre de sites et de réseaux sociaux professionnels vous permettent d'ouvrir des profils et d'engendrer des contacts. Les plus connus (et les plus utiles) sont LinkedIn (et dans une moindre mesure Viadéo).

Exploitez les différentes possibilités qui s'offrent à vous : les groupes de discussion, les échanges avec les autres membres ou encore les recommandations.

D'une manière générale, pour construire une e-réputation positive et solide, prenez le soin d'identifier les sites de référence dans votre secteur d'activité. Participez, commentez, écrivez... En bref, rendez-vous visible !

Vous pourrez y nouer des contacts utiles, vous tenir informé d'opportunités ou de l'actualité de votre secteur tout en laissant des traces positives et constructives.

Ouvrir un blog.

Pour autant, la méthode la plus efficace est d'ouvrir un blog à vocation professionnelle. Vous pourrez l'utiliser comme une extension de votre CV, y détailler vos expériences, vos compétences et aborder des sujets liés à votre secteur, à votre métier ou à son actualité.

Avec le temps, Google en indexera les pages et votre nom sera associé à un contenu que vous maîtriserez à 100 %.

Faire le ménage dans son e-réputation

Nettoyer ses traces

Dans l'hypothèse où des résultats qui ne vous conviennent plus restent stockés dans les index de Google et ressortent dans une recherche sur votre Nom/Prénom, il sera peut-être utile de faire le ménage. On a tous en tête un vieux Tweet qui explose au visage d'une personnalité privée à l'époque de la publication et devenue publique entre temps. (comme l'exemple cité en introduction de ce chapitre)

Plusieurs types de résultats « négatifs » existent. Parfois, il s'agit simplement de messages sur des forums ou de commentaires qui, sortis du contexte, ne donnent pas une bonne image de vous. Ou ne correspondent pas à qui vous êtes ! Cela peut également concerner des petites annonces, des textes que vous avez publiés ou toute mention de votre nom. Il est généralement assez simple de faire disparaître ces résultats. Voici plusieurs méthodes :

Il s'agit d'un profil ? Re-connectez-vous sur le site puis supprimez vos messages, ou plus radical, supprimez votre compte et votre profil disparaîtra.

Il s'agit d'un commentaire ? Contactez l'administrateur du site ou du blog pour qu'il change le nom utilisé en signature ou bien qu'il efface le message. Les webmasters sont généralement assez compréhensifs.

Il s'agit de messages sur un forum ? Même principe. Contactez les modérateurs et demandez-leur d'effacer les messages... Ou changez votre pseudo !

Effacer ce qui date

Une autre catégorie de résultats peut vous être défavorable : les informations qui datent. N'oubliez pas qu'il est important de ne pas vous disperser. Etre inscrit sur tous les sites qui existent en ligne est une stratégie qui ne vous servira pas à grand-chose, mis à part laisser des empreintes superficielles et inutiles. Tâchez donc de vous dés-inscrire des sites que vous n'utilisez plus et focalisez-vous sur ceux qui peuvent vous être utiles. De cette manière, vous pourrez plus facilement les mettre à jour régulièrement. Et cela vous évitera de recevoir des messages sur des sites que vous n'utilisez plus.

Le cas particulier de l'homonymie

Enfin, il reste le douloureux cas de l'homonymie. Si vous portez un nom courant ou qu'une ou plusieurs personnes ont le même nom que vous, vous ne pourrez pas faire grand-chose... Mis à part tenter de les supplanter sur la page de résultats de Google ! Si vous êtes dans ce cas et que cela vous ennuie, n'hésitez pas à ouvrir un blog ou un site personnel et à préciser votre identité dans la page « À propos ».

Laisser à Google le temps d'agir

Google peut parfois mettre du temps à désindexer une page. Autrement dit, même si la page n'existe plus, elle apparaîtra encore « un certain temps » dans les résultats de recherche. Le fonctionnement du célèbre moteur de recherche fait en sorte que ces fameux résultats ne sont pas mis à jour en temps réel, cela peut prendre quelques jours voire quelques semaines. Si vous êtes pressé, vous pouvez demander une dés-indexation plus rapide des résultats (ou demander au webmaster responsable de la page en question de le faire. C'est sans garantie de résultat rapide, mais ça finit toujours par marcher.

Ce qui dit la loi

Reste le cas des traces que l'administrateur d'un site ne souhaite pas retirer, ou pour lesquelles vous n'arrivez pas à obtenir de réponses. Bien heureusement, la loi propose des solutions. La loi 78-17 du 6 janvier 1978, modifiée par la loi 2004-801 du 6 août 2004 déclare en effet dans son article 38 : « Toute personne physique a le droit de s'opposer, pour des motifs légitimes, à ce que des données à caractère personnel la concernant fassent l'objet d'un traitement. » L'article 40 ajoute : « Toute personne physique justifiant de son identité peut exiger du responsable d'un traitement que soient, selon les cas, rectifiées, complétées, mises à jour, verrouillées ou effacées les données à caractère personnel la concernant, qui sont inexactes, incomplètes, équivoques, périmées ». N'hésitez pas à citer ces textes quand vous contactez l'administrateur du site visé. En cas de refus, contactez la Cnil ! Comme précisé sur leur site : « Toute demande de communication, modification, suppression de vos données personnelles doit être adressée directement à l'organisme responsable du fichier. Ce dernier doit vous répondre dans un délai maximal de deux mois. Passé ce délai, en l'absence de réponse ou si la réponse n'est pas satisfaisante, vous pouvez demander l'intervention de la Cnil. »

Ce qu'il faut retenir de ce chapitre

- Une e-réputation peut vite devenir une réputation tout court.
- La construction de son identité numérique : une attitude pro-active.
- Ouvrir un blog, permet d'associer son nom à un contenu que vous maîtriserez à 100 %.
- Être actif sur LinkedIn ou animer une page pro sur Facebook permet de la consolider.
- Il faut parfois faire le ménage et effacer les traces anciennes.
- Google n'efface pas les traces dans la minute.
- La loi nous protège et il y a toujours un recours juridique.

EXERCICE

- Avez-vous trouvé sur Google des informations que vous aimeriez supprimer ?
- Que pouvez-vous mettre en place pour le faire ?
- Souhaitez-vous mettre en place un projet de construction de votre e-réputation ?

POUR ALLER PLUS LOIN

En suivant ce lien, vous pouvez télécharger le « Guide de l'identité numérique » qui développent des conseils spécifiques de comportement, notamment sur les principaux réseaux sociaux : <https://goo.gl/14vHnx>