

## Comment faire pour être bien vu sur le Web

ui n'a jamais tapé son prénom et son nom sur un moteur de recherche ? Un geste égocentrique ? Peut-être. Un geste utile en tout cas. En effet, donner son avis sur un forum, acheter des produits sur eBay, partager une vidéo sur Dailymotion, s'inscrire sur un site de rencontre sont autant de traces apparemment anodines, mais qui forgent en réalité une "réputation numérique".

Une réputation constituée non seulement des contributions volontaires que laisse un individu en ligne mais aussi involontairement (ce que disent les autres de cet individu). Et qui restent figées pour l'éternité. D'où l'importance de surveiller les éléments de cette réputation "en effectuant des contrôles sur Google régulièrement, par exemple", recommande Stéphane Brossard, directeur conseil interactif de B & B Communication.

Olivier Zara a créé il y a six mois un blog dédié à cette problématique. Pour cet informaticien chevronné, entrepreneur dans les technologies Web 2.0 et spécialisé en gestion de la réputation sur Internet, "l'identité numérique est tout aussi importante que sa vraie identité. Et tout aussi dangereuse. Dans la vie, il est facile de se refaire une réputation en changeant de travail, de ville... C'est beaucoup plus compliqué sur Internet. Qu'on le veuille ou non, notre réputation est maintenant mondiale et publique. Et si les paroles s'envolent, les écrits restent..."

Paranoïaque, M. Zara ? Pas tout à fait. S'il est vrai qu'un avis virulent sur un forum sera sans doute sans effet sur la sphère privée, il peut en être autrement pour sa réputation professionnelle. Un risque que la majorité des internautes ont bien du mal à intégrer.

Aux Etats-Unis, près de 80 % des recruteurs avouent effectuer des recherches sur Internet pour compléter le profil d'un candidat.

Inspirés par leurs confrères d'outre-Atlantique, certains chasseurs de têtes français commencent à utiliser ce nouvel outil dans le processus de recrutement. A l'image de Jean-Sébastien Picq, un des responsables du cabinet de recrutement Westpoint, qui voit par exemple dans Facebook une façon "de creuser le profil du candidat en découvrant son univers et ses hobbies".

Des informations à caractère privé que François de Wazières, directeur du recrutement international chez L'Oréal, se refuse à utiliser. "Aucun recruteur ne doit s'autoriser à chercher ce genre d'informations. L'usage de Google ou de Facebook n'est absolument pas envisageable chez L'Oréal et ce, pour des raisons de déontologie."

Pour les internautes imprudents, qui tomberaient sur un patron curieux, il existe heureusement des outils permettant de maîtriser cette réputation. "Ces outils sont de deux ordres, explique M. Zara. Il y a les sites qui permettent une évaluation de la personne grâce à des témoignages valorisants comme Viadeo ou LinkedIn et les outils de classement des éléments de la réputation comme Ziki. En clair, les traces malencontreuses laissées sur le Net sont relayées en deuxième page des moteurs de recherche."

Mais pour l'expert, le pire n'est pas d'avoir une mauvaise réputation sur Internet, mais de "ne pas avoir de réputation du tout. Cela signifie que la personne n'a rien à dire ou qu'elle a des choses à cacher".

**Disponível em : <<http://www.lemonde.fr>> . Acesso em 9/4/2008.**