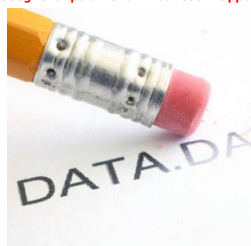


Droit à l'oubli : Google dévoile les domaines les plus affectés



Google a publié un nouveau rapport concernant ses travaux dans le cadre du droit à l'oubli. Celui-ci met en évidence les noms de domaine principalement concernés.



En mai 2014, la Cour de justice de l'Union européenne avait ordonné aux moteurs de recherche en Europe de publier un formulaire de droit à l'oubli. Ce dernier permet à un individu, ou une entreprise, de gérer sa réputation sur Internet en demandant au moteur de retirer des liens pointant vers certaines pages désuètes, ou qui affectent son image ou sa vie privée. Au total, Google explique avoir reçu 348 085 requêtes de la part des internautes, lesquelles portent au total sur 1 234 092 liens. Le géant de la recherche affirme avoir accepté 42% de ces demandes.



En France, 73 399 formulaires ont été remplis portant sur 246 158 URL.

Google en a profité pour partager les noms de domaine qui reviennent le plus souvent au travers du formulaire de droit à l'oubli :

www.facebook.com (10220 liens supprimés)
profilengine.com (7986 liens supprimés)
groups.google.com (6764 liens supprimés)
www.youtube.com (5364 liens supprimés)
www.badoo.com (4428 liens supprimés)
plus.google.com (4134 liens supprimés)
annuaire.118712.fr (3930 liens supprimés)
www.twitter.com (3879 liens supprimés)
www.wherevent.com (3465 liens supprimés)
www.192.com (3083 liens supprimés)

Ces noms de domaine compteraient pour 9% de l'ensemble des requêtes reçues par Google.



Réagissez à cet article

Source : http://pro.clubic.com/entreprises/google/actualite-787400-droit-oublie-google-domaines-affectes.html?estat_svc=s%3D223023201608%26crmID%3D639453874_1262345739#pid=22889469

E-réputation : la diffamation sur Facebook punie comme ailleurs | Le Net Expert Informatique

	E-réputation : la diffamation sur Facebook punie comme ailleurs
---	---

La diffamation et les d'injures sur internet constituent un des axes de l'e-réputation. Un récent jugement du TGI de Béthune (16 septembre 2015) vient rappeler fort justement que le délit de diffamation s'applique sur Facebook dès lors que les propos constituant le délit sont consultables dans le ressort du tribunal, « en tout cas sur le territoire national ».

Des propos diffamatoires évidents

Une personne avait publié sur son compte Facebook des propos diffamatoires à l'encontre d'une discothèque de la région, c'est-à-dire alléguant des faits qui « portent atteinte à l'honneur et à la considération de la personne » (article 29 de la loi du 29 juillet 1881). En l'occurrence, la personne diffamée est la société propriétaire de la discothèque.

Il est aussi remarquable qu'aucune circonstance atténuante ou exonératoire de la responsabilité de la prévenue ne soit ici retenue, comme on l'a vu dans d'autres affaires.

La qualité de directeur de la publication retenue

À signaler que dans l'ensemble des textes retenus contre la personne en question, figure l'article 93-3 de la loi du 29 juillet 1982, c'est-à-dire la responsabilité éditoriale du directeur de la publication. En d'autres termes, la qualité de directeur de la publication est reconnue au titulaire d'un compte Facebook, tout comme à celui d'un blog, ce qui paraît logique puisque c'est le titulaire du compte qui décide de ce qui est publié sur l'espace qu'il maîtrise, la plateforme Facebook n'étant que l'hébergeur du compte. C'est là aussi une solution classique et de bon sens.

En savoir plus

Voir le jugement du TGI de Béthune du 16 septembre 2015 sur le site Legalis.net :
www.legalis.net/spip.php?page=jurisprudence-decision&id_article=4750

Et la présentation succincte de la décision sur le même site :
www.legalis.net/spip.php?page=breves-article&id_article=4751

Denis JACOPINI est Expert Informatique assermenté, consultant et formateur en sécurité informatique et en mise en conformité de vos déclarations à la CNIL.

Nos domaines de compétence :

- **Expertises et avis techniques** en concurrence déloyale, litige commercial, piratages, arnaques Internet... ;
- **Consultant** en sécurité informatique, cybercriminalité et mises en conformité et déclarations à la CNIL ;
 - **Formateur et chargé de cours** en sécurité informatique, cybercriminalité et déclarations à la CNIL.

Contactez-nous

Cet article vous plait ? Partagez !
Un avis ? Laissez-nous un commentaire !

Source :

<http://www.les-infostrateges.com/actu/15102075/e-reputation-la-diffamation-sur-facebook-punie-comme-ailleurs>
Par Didier FROCHOT

Mode d'emploi: bien gérer les avis clients | Le Net Expert Informatique



Bien gérer les avis clients

Les avis clients négatifs ont un très fort impact sur la décision d'achat des consommateurs. Ainsi, 96% des internautes tiennent compte de l'e-réputation de la marque avant de passer à l'acte d'achat. Pire, 30% renoncent à effectuer un achat s'ils trouvent sur Internet une majorité d'avis clients négatifs et 66% reportent leur achat. C'est ce que révèle un sondage mené par l'Ifop pour Reputation VIP(1).

Avant un achat en ligne, 88% des internautes consultent les avis déposés sur des blogs, des forums et des sites consommateurs, 52% sur les réseaux sociaux. Le sujet est sensible. Or, « 70% des sites ne sont pas encore équipés d'un système leur permettant de gérer les avis », évalue Élodie Llanusa, responsable marketing et communication d'Avis Vérifiés. Outre la maîtrise de l'e-réputation et celle des commentaires négatifs, collecter des avis crédibles permet de booster le trafic et les ventes d'un site.

L'exemple de Sony

Sony, par exemple, publie des avis sur sa plateforme de marque Sony Playstation. « Avant le lancement d'un jeu, nous collectons un maximum d'avis, car les commentaires des ambassadeurs l'ayant testé ont une réelle influence sur son succès. La note que le jeu se voit attribuer fait partie des critères de choix des autres joueurs. Nous les diffusons à la fois sur la plateforme pour la rendre crédible aux yeux des internautes et sur des bornes interactives en magasin », témoigne Nathalie Dacquin, directrice marketing chez Sony.

Aujourd'hui, « les avis fleurissent sur tous les canaux, du packaging produit aux points de vente digitalisés, en passant par les spots publicitaires TV », résume Thibaut Ceyrolle, vice-président, en charge des ventes Europe de Bazaarvoice. Une nouvelle donne à prendre en compte dans la stratégie relationnelle de votre site.

(1) Sondage Ifop pour Reputation VIP, réalisé sur le Web du 02/12/14 au 03/12/14 auprès d'un échantillon de 1003 personnes représentatif de la population française.
Lire la suite...

Denis JACOPINI est Expert Informatique assermenté, consultant et formateur en sécurité informatique et en mise en conformité de vos déclarations à la CNIL.

Nos domaines de compétence :

- **Expertises et avis techniques** en concurrence déloyale, litige commercial, piratages, arnaques Internet... ;
- **Consultant** en sécurité informatique, cybercriminalité et mises en conformité et déclarations à la CNIL ;
- **Formateur et chargé de cours** en sécurité informatique, cybercriminalité et déclarations à la CNIL.

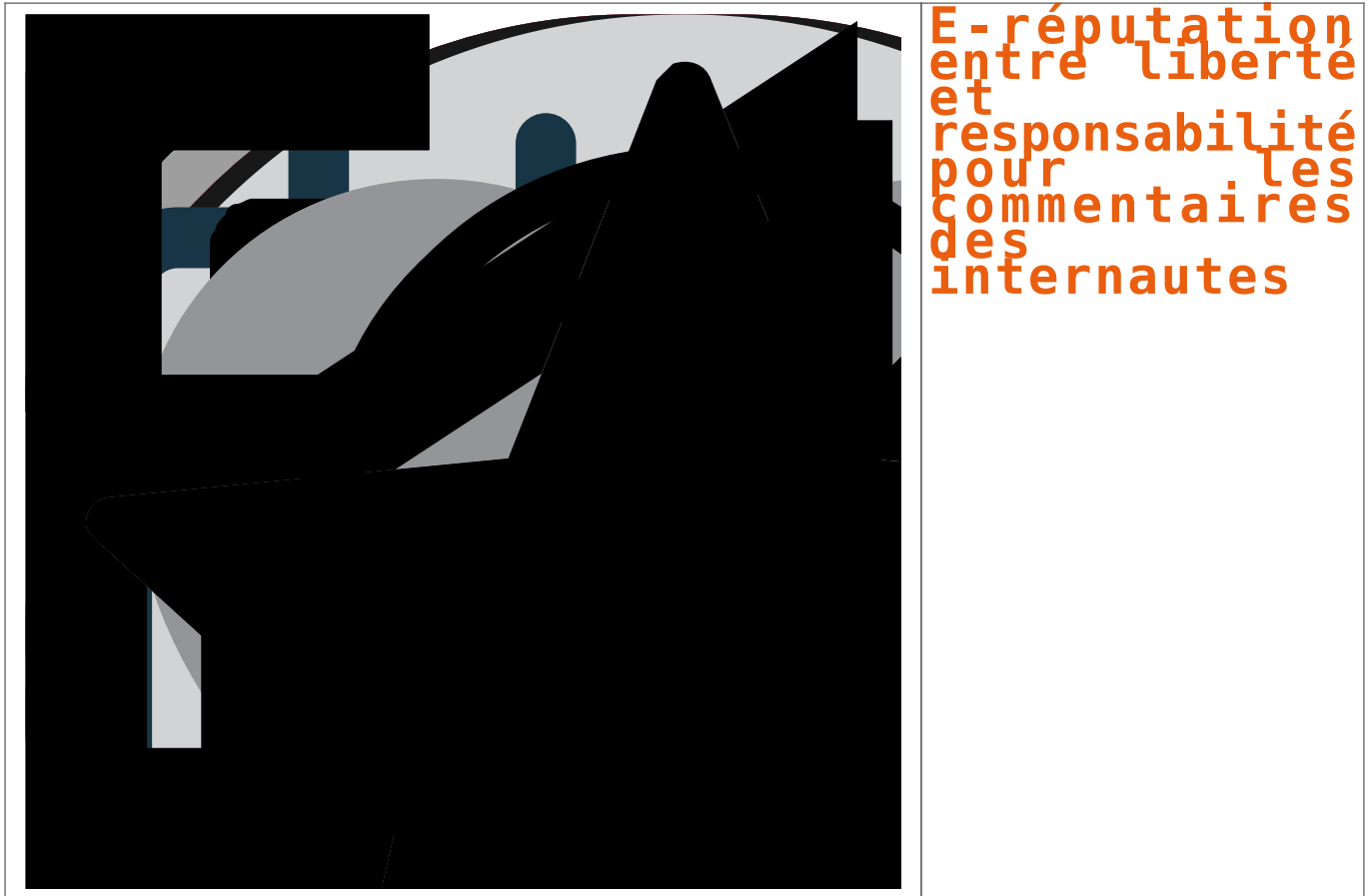
Contactez-nous

Cet article vous plait ? Partagez !
Un avis ? Laissez-nous un commentaire !

Source :

<http://www.ecommercemag.fr/Thematique/solutions-1011/crm-relation-clients-data-10050/Breves/Mode-emploi-bien-gerer-avis-clients-260476.htm#.Vic099LhDDc>

E-réputation entre liberté et responsabilité pour les commentateurs des internautes | Le Net Expert Informatique



Un long arrêt de la Cour européenne des Droits de l'homme (organe du Conseil de l'Europe, à ne pas confondre avec la Cour de justice de l'Union européenne, cour suprême de l'Union), est venu rappeler, le 16 juin dernier, les rôles et limites respectifs entre la liberté d'expression et la responsabilité de l'hébergeur et/ou de l'éditeur de site. Une clarification importante pour les questions d'e-réputation par voie de commentaires ou d'avis de consommateurs.

Les faits

Sur le portail d'actualité estonien Delfi, un article concernant une compagnie maritime propriétaire de ferries avait été publié et violemment commenté et critiqué par les internautes, notamment par des propos injurieux ou menaçants. À la demande de la compagnie, les commentaires ont fini par être retirés, mais seulement après que le portail les ait laissés en ligne plus de 6 semaines. La Cour d'État de l'Estonie (équivalent de notre Cour de cassation) avait confirmé la responsabilité du portail d'information, estimant qu'il contrôlait la publication de ces commentaires, refusant de lui appliquer la responsabilité alléguée des hébergeurs prévue par la directive européenne de 2000/31/CE.

Rappels de la CEDH

La Cour de Strasbourg pose plusieurs pistes de principe qu'il importe de bien observer, compte tenu de la position suprême de cet organe judiciaire.

1. La pratique des commentaires fait partie du modèle économique du portail et constitue un gage de sa rentabilité.
2. Les internautes n'ont pas la possibilité de modifier ou retirer leurs commentaires une fois postés ; seul le portail peut le faire : il n'est donc pas qu'un hébergeur mais endosse bien la responsabilité d'un éditeur.
3. Le portail ne permet pas de retrouver systématiquement l'identité du commentateur, empêchant ainsi toute éventuelle poursuite pénale des auteurs en cas d'infraction au droit de la presse.
4. Enfin, la condamnation à une amende modique (320 €) ne constitue pas une mesure telle qu'elle constitue un obstacle à la liberté d'expression dont doit toujours jouir le portail.

La liberté d'expression n'exclut pas la responsabilité

Cette solution nous paraît juste et équilibrée. Elle rend justice à la liberté d'expression, toujours de principe dans les pays membres du Conseil de l'Europe, signataires de la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales de 1950 qui dans son article 10 garantit cette liberté.

Précisément, l'alinéa 2 de cet article précise notamment : « L'exercice de ces libertés comportant des devoirs et des responsabilités peut être soumis à certaines formalités, conditions, restrictions ou sanctions prévues par la loi, qui constituent des mesures nécessaires, dans une société démocratique (...) ».

Notre Déclaration des droits de l'homme et du citoyen de 1789 dispose pareillement, dans son article 11 : « La libre communication des pensées et des opinions est un des droits les plus précieux de l'Homme : tout Citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement, sauf à répondre de l'abus de cette liberté dans les cas déterminés par la Loi ».

Dans les deux cas, la notion d'abus de droit est présente et vient justifier que face à cette belle liberté d'expression, puisse être envisagé un simple régime de responsabilité.

Cette responsabilité peut donc parfaitement cohabiter avec la liberté d'expression sans qu'il y ait contradiction.

De la sorte, la décision rend aussi justice à la responsabilité, pour peu que celle-ci ne devienne pas un instrument de contrainte au point d'étouffer la liberté d'expression. C'est l'application équilibrée de la notion d'abus de droit.

Des conséquences au regard des portails et forums d'avis de consommateurs

Cette décision vient donc clairement délimiter et faire coexister les notions de liberté d'expression et de responsabilité. Une solution que vont devoir méditer tous les responsables de portails qui nous opposent souvent la liberté d'expression des consommateurs pour refuser de retirer des propos injurieux ou mensongers à l'encontre de commerçants injustement mis en cause sur leurs plateformes.

En savoir plus

Voir l'arrêt fleuve de la CEDH du 16 juin 2015 dans la base HUDOC de la CEDH :

[http://hudoc.echr.coe.int/fre#{%22documentcollectionid%22:\[%22GRANDCHAMBER%22\]}](http://hudoc.echr.coe.int/fre#{%22documentcollectionid%22:[%22GRANDCHAMBER%22]})

Et sur le site Legalis.net :

http://www.legalis.net/spip.php?page=jurisprudence-decision&id_article=4675

Voir la présentation qui en est faite sur ce même site :

http://www.legalis.net/spip.php?page=breves-article&id_article=4678

Expert Informatique assermenté et formateur spécialisé en sécurité Informatique, en **cybercriminalité** et en **déclarations à la CNIL**, Denis JACOPINI et Le Net Expert sont en mesure de prendre en charge, en tant qu'intervenant de confiance, la sensibilisation ou la **formation de vos salariés** afin de leur enseigner les bonnes pratiques pour assurer une meilleure sécurité des systèmes informatiques et améliorer la protection juridique du chef d'entreprise.

Contactez-nous

Cet article vous plait ? Partagez !

Un avis ? Laissez-nous un commentaire !

Source

<http://www.les-infostrategies.com/actu/15082042/e-reputation-entre-liberte-et-responsabilite-pour-les-commentaires-des-internautes> :

Par Didier FROCHOT

Première forte condamnation pénale d'atteinte à la E-réputation | Le Net Expert Informatique



Première forte condamnation pénale d'atteinte à la E-réputation

L'excellent site [Légalis.net](http://www.legalis.net) vient de rendre public un jugement du Tribunal correctionnel de Paris en date du 24 novembre 2014, qui a condamné à 2 ans de prison avec sursis, 3 ans de mise à l'épreuve ainsi que 50 000 € de dommages-intérêts à verser aux victimes et 27 000 € pour participation aux frais de justice des plaignants.

Les faits en bref

Il s'agit d'une femme qui n'a pas supporté d'être quittée par son amant. Elle s'est donc déchaînée contre lui, en n'hésitant pas à user de toute la technique d'internet pour usurper son identité et créer à son nom des comptes sur des réseaux sociaux (Facebook, Viadeo, LinkedIn, Twitter), harcelant sa famille, sa nouvelle compagne et même l'employeur de cet homme, ainsi que de nombreux autres agissements tels que du harcèlement téléphonique, montrant pour le moins le manque de stabilité psychologique de l'intéressée.

L'affaire avait été classée par le Procureur de la République sous la condition que la personne se tienne tranquille, ce qu'elle a été incapable de faire et elle a continué ses agissements nuisibles, d'où les poursuites et cette lourde condamnation.

Quant la méchanceté rejoint la lâcheté

Ce cas d'espèce n'est pas aussi particulier ni exceptionnel qu'on pourrait le penser. Même si les faits ne sont pas toujours portés devant la justice et médiatisés, notre expérience de nettoyeurs de net nous apporte de nombreux cas de réel acharnement de personnes qui ont le goût de nuire ou la haine suffisants pour chercher à détruire des personnes, par exemple à démolir la vie de la femme qui a osé demander le divorce contre eux, ou encore qui se sont juré qu'ils auraient la peau d'un dirigeant d'entreprise en proférant les plus graves accusations non fondées et qui continuent à le faire, sur des sites hébergés à l'étranger, alors même qu'ils sont déjà lourdement condamnés pour diffamation en correctionnelle puis en appel.

La technique du pseudonyme – ou ici celle de l'usurpation d'identité – donne très souvent aux personnes malfaisantes l'impression grisante de puissance et d'impunité (voir notre actualité du 26 février 2010 : Sur le Web 2.0 c'est carnaval tous les jours). Ce qui permet ainsi de nuire en toute impunité et en toute lâcheté...

Il y a encore la possibilité de publier sur des sites hors d'atteinte du droit français, ce qui rend les choses encore plus compliquées et plus longues à neutraliser. Mais il faut savoir qu'une telle neutralisation, même si elle est plus longue, est rarement impossible.

Dans le cas de la jurisprudence que nous évoquons, on a eu affaire à une personne suffisamment instable et incontrôlable pour qu'elle laisse des traces et qu'on remonte très vite à son identité. Mais les cas sont hélas fréquents où il est impossible d'identifier rapidement l'auteur de telles manœuvres de démolition. Il faut alors saisir la justice, avec tous les délais et les frais que cela suppose pour que, au cours de l'enquête, le juge ordonne des mesures pour remonter jusqu'à l'auteur des faits, notamment par voie d'injonction aux hébergeurs ou aux opérateurs de réseaux.

Une décision de justice exemplaire

Malgré ces réserves, il faut saluer cette décision de justice comme exemplaire au sens fort du terme : elle doit servir d'exemple pour toute personne qui serait tentée de nuire avec autant d'acharnement contre des personnes.

L'affaire reste à suivre car le jugement a été frappé d'appel : on aura donc sans doute prochainement des nouvelles de ce cas et la confirmation ou l'infirmité de la sentence par la Cour d'appel de Paris.

Le jugement : http://www.legalis.net/spip.php?page=breves-article&id_article=4672

La décision de justice intégrale : http://www.legalis.net/spip.php?page=jurisprudence-decision&id_article=4671

Expert Informatique assermenté et formateur spécialisé en sécurité Informatique, en **cybercriminalité** et en **déclarations à la CNIL**, Denis JACOPINI et Le Net Expert sont en mesure de prendre en charge, en tant qu'intervenant de confiance, la sensibilisation ou la **formation de vos salariés** afin de leur enseigner les bonnes pratiques pour assurer une meilleure sécurité des systèmes informatiques et améliorer la protection juridique du chef d'entreprise.

Contactez-nous

Cet article vous plait ? Partagez !

Un avis ? Laissez-nous un commentaire !

Source :

<http://www.les-infostrategies.com/actu/15072025/e-reputation-premiere-forte-condamnation-penale-assortie-de-dommages-interets>

WHOIS : vos informations personnelles bientôt publiques ? | Le Net Expert Informatique

	WHOIS : vos informations personnelles bientôt publiques ?
---	--

L'ICANN pourrait bientôt modifier le système du WHOIS. Le régulateur propose notamment d'interdire aux propriétaires de sites « à but commercial » de s'enregistrer via proxy, soit de façon anonyme. Le texte ne laisse pas les associations insensibles, qui y voient une menace pour ceux qui s'expriment librement sur leurs sites.

WHOIS est souvent décrit comme l'annuaire d'Internet. Lors de l'enregistrement d'un nom de domaine, un internaute doit renseigner diverses informations personnelles, de son état civil à son numéro de téléphone en passant par son adresse de domicile. Ces informations alimentent les bases de données des registres de noms de domaine, et sont consultables via l'outil WHOIS.

Pour des questions évidentes de protection de la vie privée et de confidentialité, les données fournies par le propriétaire d'un nom de domaine ne sont pas accessibles au public. Les registres de renseignement proposent fréquemment en option la possibilité de s'enregistrer via proxy. Les seules tierces personnes alors en mesure d'accéder aux bases de données non anonymisées sont celles détenant une autorisation légale, tel qu'un mandat judiciaire.

Mais cette situation connaîtrait ses derniers jours. L'ICANN prévoit en effet de modifier le système en profondeur. Le régulateur étudie actuellement un projet, lequel envisage notamment que les noms de domaine « utilisés dans un but commercial soient inéligibles à l'enregistrement proxy/privacy ». En d'autres termes, les propriétaires de sites contenant un quelconque élément transactionnel ne pourront plus s'enregistrer de façon anonyme : leurs informations personnelles devront être publiques.

L'anonymat, garant de la liberté d'expression

Alors que l'ICANN doit se prononcer le 7 juillet sur ce texte, l'Electronic Frontier Foundation appelle les internautes à s'y opposer. Selon l'EFF, le terme « but commercial » englobe un grand nombre de sites, et la vie privée de leurs propriétaires, des personnes physiques, seraient menacée. L'association prend pour exemple TG Storytime, un site destiné aux auteurs transgenres et hébergés par Joe Six-Pack, lui-même transgenre. Si l'ICANN devait modifier la régulation en vigueur, ses adresses, numéros de téléphone et mails seraient alors exposées à la vue de tous, trolls et harceleurs compris.

Le changement a été impulsé par les géants américains du divertissement, signale l'EFF, ce que l'ICANN ne cache pas. En effet, à de nombreuses reprises, le régulateur d'Internet écrit que cette proposition vise à faciliter le signalement de sites violant le droit d'auteur (ou toute autre propriété intellectuelle). Pour l'EFF, « ces entreprises veulent de nouveaux outils pour découvrir l'identité des propriétaires de sites Web qu'ils veulent accuser de violation de droit d'auteur et contrefaçon de marque, de préférence sans une ordonnance du tribunal ».

« L'avantage limité de cette évolution est manifestement compensé par les risques supplémentaires pour les propriétaires de sites, qui vont souffrir d'un risque plus élevé de harcèlement, d'intimidation et de vol d'identité ». Il est vrai que, malgré les gardes fous prévus par l'ICANN, la plupart des informations fournies pour l'enregistrement d'un nom de domaine sont sensibles, tant IRL (In Real Life) que dans le monde virtuel. En appelant à s'opposer au texte, l'association entend faire réagir sur un recul de l'anonymat, qui affectera ceux qui portent des opinions impopulaires ou marginales mais aussi les lanceurs d'alerte et tous ceux susceptibles de dénoncer « la criminalité et la corruption ».

Nous organisons régulièrement des **actions de sensibilisation ou de formation** au risque informatique, à l'hygiène informatique, à la cybercriminalité et à la mise en conformité auprès de la CNIL. Nos actions peuvent aussi être personnalisées et organisées dans votre établissement.

Besoin d'informations complémentaires ?

Contactez-nous

Denis JACOPINI

Tel : 06 19 71 79 12

formateur n°93 84 03041 84

Expert Informatique assermenté et formateur spécialisé en sécurité Informatique, en **cybercriminalité** et en **déclarations à la CNIL**, Denis JACOPINI et Le Net Expert sont en mesure de prendre en charge, en tant qu'intervenant de confiance, la sensibilisation ou la **formation de vos salariés** afin de leur enseigner les bonnes pratiques pour assurer une meilleure sécurité des systèmes informatiques et améliorer la protection juridique du chef d'entreprise.

Contactez-nous

Cet article vous plaît ? Partagez !

Un avis ? Laissez-nous un commentaire !

Source : <http://www.linformaticien.com/actualites/id/37199/whois-vos-informations-personnelles-bientot-publiques.aspx>

Par Guillaume Périsat

L'anonymat du WHOIS remis en question à l'ICANN | Le Net Expert Informatique

	L'anonymat du WHOIS remis en question à l'ICANN
---	---

Une proposition de l'ICANN s'est attiré les foudres des commentateurs et de l'EFF. La suggestion propose de rendre impossible l'anonymisation des données personnelles sur le service WHOIS pour les sites à vocation commerciale.

Le service WHOIS est un outil particulièrement utile pour savoir qui se cache derrière un nom de domaine et comment contacter les responsables d'un site. Fourni par les registres de noms de domaines, il permet d'interroger les bases de données des bureaux d'enregistrement afin de connaître le nom et l'identité de la personne ou de la société détenant le nom de domaine, ainsi que certaines informations de contacts.

Ces informations ne sont pas forcément accessibles à tout le monde : dans de nombreux cas et pour éviter de voir ces informations personnelles à l'air libre, les bureaux d'enregistrement proposent un service d'enregistrement via proxy permettant de dissimuler au public les données et de les réserver aux seules personnes munies d'autorisations légales fournies par un service judiciaire national. Le service agit donc comme un écran afin d'offrir un moyen de contacter le propriétaire du nom de domaine tout en protégeant ses données personnelles.

Mais une proposition de l'ICANN, ouverte depuis mardi aux commentaires publics, envisage de revenir sur le fonctionnement de ce système en ouvrant à tous les données WHOIS des sites à but commercial. Selon l'EFF, cette règle s'appliquant « à tous les sites commerciaux » pourrait toucher de nombreux petits administrateurs de sites et de communautés en ligne qui ont choisi de mettre en place de la publicité ou un système de dons pour subvenir au coût de leur site.

L'EFF cite ainsi l'exemple de TG Storytime, un paisible site de fanfiction à destination des communautés LGBT, qui pourrait ainsi se voir obligé de révéler certaines informations personnelles liées à l'administrateur du site si la nouvelle proposition était approuvée par l'ICANN.

L'EFF dans la boucle

L'EFF explique que ce changement est notamment soutenu par le secteur du divertissement, qui entend ainsi simplifier les procédures judiciaires à l'égard des sites diffusant des contenus constituant des infractions relatives à la propriété intellectuelle. Outre le risque que cette proposition peut faire peser sur les données personnelles des utilisateurs, on peut également évoquer les dangers relatifs à la cybersécurité.

Cedric Pernet, dans son ouvrage sur les Advanced Persistent Threat, citait ainsi les informations de service WHOIS parmi la liste des sources utiles aux attaquants pour préparer leurs attaques, en leur permettant d'identifier précisément le bureau d'enregistrement d'un site, un numéro de téléphone ou encore le nom de l'employé chargé d'administrer le nom de domaine. Autant d'informations utiles pour une attaque de type spear phishing.

La proposition est ouverte aux commentaires jusqu'au 7 juillet, et suscite déjà un certain engouement de la part des opposants à ce changement de politique, qui ont déjà posté des milliers de commentaires invitant l'ICANN à refuser cette proposition.

Expert Informatique assermenté et formateur spécialisé en sécurité Informatique, en **cybercriminalité**, en E-réputation et en **déclarations à la CNIL**, Denis JACOPINI et Le Net Expert sont en mesure de prendre en charge, en tant qu'intervenant de confiance, la sensibilisation ou la **formation de vos salariés** afin de leur enseigner les bonnes pratiques pour assurer une meilleure sécurité des systèmes informatiques et améliorer la protection juridique du chef d'entreprise.

Contactez-nous

Cet article vous plait ? Partagez !

Un avis ? Laissez-nous un commentaire !

Source : <http://www.zdnet.fr/actualites/l-anonymat-du-whois-remis-en-question-a-l-icann-39821566.htm>
Par Louis Adam

E-réputation et faux commentaires : les « faussaires du Web » | Le Net Expert Informatique



E-réputation et faux commentaires : les « faussaires du Web »

Un aspect de l'e-réputation (cyber-réputation, web-réputation, réputation numérique comme on voudra) de nouveau porté à l'attention du public : les faux commentaires, qui incluent notamment les faux avis de consommateurs. Les « faussaires du Web » Un article du Monde, en date du 31 mai sur le site du quotidien, intitulé « Faux commentaires : dans la nébuleuse des faussaires du Web », sous la plume de Morgane Tual, examine longuement ce phénomène des « commentaires truqués qui pullulent sur la toile ». Parmi les producteurs des faux commentaires ou avis, l'article évoque les agences d'e-réputation. Il est vrai que certaines agences offrent leurs services pour publier des commentaires supposés émaner de consommateurs contents (dans le but de promouvoir un peu artificiellement une marque ou une entreprise) ou mécontents (dans le but de couler la réputation d'un concurrent ou d'un ennemi). Si l'article évoque la condamnation d'une entreprise devant la justice française pour ce genre de pratique, il met peu en lumière le cadre légal de telles pratiques. Nous nous arrêtons sur cet aspect, en quelque sorte en complément de cet intéressant article. Des pratiques hors-la-loi à plusieurs égards La première pratique consiste donc à chanter les louanges d'un commerçant ou d'un prestataire. Il importe de savoir que cette pratique est strictement encadrée dans des limites légales qui sont souvent franchies allègrement par des prestataires peu soucieux de respecter le droit ou par une ignorance coupable dès lors qu'ils se posent en professionnels. Les « pratiques commerciales trompeuses » Il faut en effet savoir que le code de la consommation qualifie de « pratiques commerciales trompeuses » le fait de « se présenter faussement comme un consommateur » (article L.121-1, 21° du code de la consommation). Et toute pratique commerciale trompeuse constitue un délit, pénalement sanctionné par un maximum de 2 ans de prison et/ou de 300 000 € d'amende (article L.121-6 du même code). Il s'ensuit que lorsqu'un prestataire publie un commentaire laissant penser que son auteur est un consommateur – satisfait ou mécontent, d'ailleurs – il se met hors-la-loi et encourt les peines prévues au code de la consommation. La question sera de rapporter la preuve de qui est derrière le pseudonyme qui publie l'avis. Mais il est des moyens techniques qui permettent de le faire. La concurrence déloyale La seconde pratique consiste à poster des avis de prétendus consommateurs mécontents des services d'un commerçant ou prestataire. Non seulement cette pratique tombe sous le coup des pratiques commerciales trompeuses, mais comme elle nuit à un commerçant ou un prestataire, elle peut constituer selon les cas un acte de concurrence déloyale, ou un dénigrement de produits ou de services. Un acte de concurrence déloyale Dès l'instant que l'auteur ou le commanditaire des avis négatifs est en situation de concurrence avec l'entreprise attaquée, ces avis sont considérés comme des actes de concurrence déloyale. Comme dans tous les pays de liberté économique, la concurrence est libre en France. Ce qui l'est moins, c'est d'user de procédés déloyaux qui s'apparentent dans ce cas à de l'abus de droit (abuser de la liberté de concurrence). La jurisprudence a ainsi forgé depuis de longues années cette notion de concurrence déloyale, bâtie sur la base des articles 1382 et suivants du code civil (responsabilité dite civile : réparation du dommage causé à un tiers par l'auteur des faits l'ayant occasionné, donc octroi de dommages-intérêts visant à indemniser le préjudice subi par la victime). Un acte de dénigrement de produits ou de services Il se peut que l'auteur ou le commanditaire des faux avis ne soit pas en situation de concurrence avec l'entreprise à laquelle il veut nuire. Dans ce cas, la jurisprudence, sur les mêmes bases juridiques larges, a forgé le concept de dénigrement de produits et de services, qui donc peut déboucher sur le même type de condamnation à des dommages-intérêts substantiels. Bonnes pratiques et déontologie professionnelles Il est tout de même des prestataires qui ont une déontologie professionnelle et qui par conséquent se refusent catégoriquement à agir en dehors du cadre légal. C'est bien sûr le cas des Infostratégies qui excluent systématiquement ce genre de pratique, malgré les demandes de certains clients peu scrupuleux... qui ne deviennent ou ne restent pas longtemps nos clients dans ce cas. Voir l'intéressant article de Morgane Tual sur le site du Monde : www.lemonde.fr/pixels/article/2015/05/31/faux-commentaires-dans-la-nebuleuse-des-faussaires-du-web_4638853_4488996.html
Nous organisons régulièrement des actions de sensibilisation ou de formation au risque informatique, à l'hygiène informatique, à la cybercriminalité et à la mise en conformité auprès de la CNIL. Nos actions peuvent aussi être personnalisées et organisées dans votre établissement. Besoin d'informations complémentaires ? Contactez-nous Denis JACOPINI Tel : 06 19 71 79 12 formateur n°93 84 03041 84
Expert Informatique assermenté et formateur spécialisé en sécurité Informatique, en cybercriminalité et en déclarations à la CNIL, Denis JACOPINI et Le Net Expert sont en mesure de prendre en charge, en tant qu'intervenant de confiance, la sensibilisation ou la formation de vos salariés afin de leur enseigner les bonnes pratiques pour assurer une meilleure sécurité des systèmes informatiques et améliorer la protection juridique du chef d'entreprise. Contactez-nous
Cet article vous plaît ? Partagez ! Un avis ? Laissez-nous un commentaire ! Source : http://www.les-infostrategies.com/actu/15062009/e-reputation-et-faux-commentaires-les-faussaires-du-web Par Didier FROCHOT

L'e-réputation des sociétés à l'épreuve d'Internet | Le Net Expert Informatique

	L'e-réputation des sociétés à l'épreuve d'Internet
---	--

A l'heure où Internet permet aux consommateurs de se forger une opinion sur n'importe quel produit ou service, il est capital pour toute entreprise, particulièrement celles exerçant une activité via internet, de bénéficier d'une bonne e-réputation. Parmi la multitude d'avis de consommateurs peuvent se cacher des messages diffamatoires causant des préjudices sérieux à la réputation des entreprises. Lorsque ces dernières les découvrent il peut être déjà trop tard pour agir. Antérieurement à tout achat, les consommateurs normalement diligents effectuent des recherches sur les produits ou services qu'ils envisagent d'acheter. Leurs recherches se tournent alors vers des forums de consommateurs qui sont le plus souvent hébergés par des associations pour la défense de consommateurs. Ces forums sont mis en place afin que les consommateurs puissent exposer leurs retours sur la prestation d'un professionnel et, dans le cas où un litige pourrait naître, de trouver une médiation avec ce dernier. Cependant, certains messages, postés par des utilisateurs, ou par des administrateurs ou modérateurs du forum, s'apparentent à des messages malveillants dont la finalité n'est plus d'avertir le consommateur ou le professionnel d'une difficulté mais clairement de jeter l'opprobre sur un professionnel ciblé. Face à l'anonymat désinhibiteur dont profitent les (vrais ou faux) consommateurs sur internet, les e-commerçants peuvent rapidement se retrouver victimes de diffamations à leur insu. Malheureusement, les actions contre ces types de messages s'avèrent difficiles à engager, cela dû à un cadre législatif obsolète nécessitant une adaptation aux circonstances actuelles. I/ L'e-diffamation commerciale considérée comme un délit de presse : une action rapidement prescrite pour un préjudice continu La diffamation, qu'elle soit faite au moyen d'internet ou non, est définie par l'article 29 de la loi du 29 Juillet 1881 relative aux délits de presse. L'article 1382 du Code civil fixant la responsabilité délictuelle est ainsi exclu au profit de la loi spéciale (Cass. 2ème civ., 10 Mars 2004, n° 09-65.35). Elle correspond à l'allégation ou l'imputation, faite de façon publique, d'un fait précis portant atteinte à l'honneur ou à la considération d'une personne physique ou morale, déterminée ou déterminable. Le délai de prescription pour la diffamation étant de trois mois (article 65) à compter du message diffamatoire publié, l'action en réparation s'avère difficile à engager étant donné que la société victime peut connaître des faits plusieurs mois, voire années, après la publication desdits messages. Dans ce cas, la victime sera privée de réparation bien que le message restera accessible et que son préjudice sera toujours actuel. Ce délai pouvait trouver son intérêt dans le cas des diffamations par presse « papier » car le préjudice y était temporaire. Pour ce type de diffamation, l'article diffamatoire n'était accessible qu'aux personnes ayant acheté le journal ou magazine sur lequel il était diffusé. Ce support, une fois son délai de publication passé, devenait introuvable et le préjudice, bien que n'étant pas éteint pour autant, s'amoindissait. Dans ces conditions, il apparaissait juste que la responsabilité de l'auteur ne puisse pas être engagée 3 mois après la publication des propos litigieux. Tel n'est pas le cas pour les messages de diffamation sur internet. Ceux-ci, couplés aux méthodes de référencement des moteurs de recherche, deviennent facilement accessibles lorsque le nom de la société est recherché. Les liens url ne pouvant disparaître naturellement, le préjudice sera continu tant que les messages n'auront pas été retirés. Il faudra, pour cela, passer par une procédure judiciaire si l'auteur du message, ou l'administrateur du site sur lequel il est publié, refusent de le retirer amiablement. La société diffamée peut ainsi se retrouver dans l'impossibilité de faire réparer son préjudice. Ce préjudice a des conséquences bien plus importantes que la simple atteinte à l'honneur de la société : perte de clients potentiels et/ou habituels qui ont été dupés par les messages ou qui, dans le doute, ont préféré éviter le commerçant diffamé, perte de chiffre d'affaires, perte de confiance de la part des partenaires économiques. A terme, ce sont l'existence de la société et les emplois de ses salariés qui sont menacés. Le préjudice causé par l'e-diffamation n'est donc pas comparable à celui causé par la diffamation prévue par la loi de 1881. Les enjeux et le caractère permanent de la publication en font toute sa particularité, soulignant l'obsolescence de la loi. II/ L'e-diffamation commerciale émanant d'un particulier et l'abus de la liberté d'expression La loi Hadopi du 12 Juin 2009, reprenant le système de responsabilité en cascade de la loi du 29 Juillet 1881, prévoit la responsabilité de l'auteur d'un message diffamant publié sur internet. Cette dernière intervient dans le cas où la responsabilité du directeur ou du codirecteur de la publication fait défaut. Outre le problème d'identification de l'auteur du message, les exceptions que celui-ci peut invoquer pour écarter sa responsabilité compliquent l'action en diffamation. L'exceptio veritatis ou exception de vérité, consacrée par l'article 35 de la loi du 29 Juillet 1881, est un fait justificatif permettant à l'auteur du message, poursuivi pour diffamation, de s'exonérer de sa responsabilité en rapportant la preuve de la véracité des faits allégués. Cette exception doit respecter la procédure de l'article 55 de la loi de 1881 disposant que le prévenu devra signifier, au ministère public ou au plaignant, les faits desquels il entend prouver la véracité, en y joignant les pièces justificatives et les informations relatives aux témoins éventuels, dans un délai de 10 jours suivant la signification de la citation. L'exception de bonne foi est reconnue de façon constante en jurisprudence par la réunion de quatre éléments : • la légitimité du but poursuivi (intérêt que peuvent présenter les propos divulgués au vu de l'intérêt général) ; • l'absence d'animosité personnelle : plus généralement observée par l'absence d'intention de nuire ; • la prudence et la mesure dans l'expression (telle que l'usage du conditionnel, de sources, etc.) ; • le sérieux de l'enquête (recherches d'éléments pour étayer les propos, observé surtout pour les articles écrits par des journalistes professionnels). En matière de diffamation sur internet, le juge prend en compte, d'une part, la qualité de l'auteur (simple consommateur ou journaliste professionnel), et, d'autre part, le support sur lequel le message est posté (les blogs et forums de discussions étant des espaces où l'auteur peut s'exprimer plus librement que sur un journal). Il s'en dégage une certaine clémence envers l'internaute consommateur postant un message sur un forum ou un blog. En effet, le juge privilégiera la liberté d'expression en reconnaissant que les propos divulgués représentent un intérêt général méritant d'être protégé au détriment du préjudice causé à la société (ex : Cass. Crim, 17 Mars 2015, n° 13-85-138 : les propos s'inscrivent dans un débat d'intérêt général). La responsabilité de l'internaute, auteur du message, est alors rarement engagée. De plus, le régime de responsabilité étant calqué sur celui du délit de presse, il faudra rechercher en premier lieu la responsabilité de l'administrateur du site sur lequel les messages diffamatoires ont été publiés. L'administrateur du site peut, par ailleurs, également invoquer les faits justificatifs précédents pour s'exonérer de sa responsabilité (pour plus de détails sur la responsabilité de l'administrateur de site : http://www.village-justice.com/articles/irresponsabilite-administrateur,19548.html). L'intérêt de la société diffamée s'opposera toujours à la liberté d'expression et l'intérêt des consommateurs qui pèseront davantage dans la balance du juge. Il ne s'agit pas de défendre l'un au détriment de l'autre mais d'assurer une défense effective pour la société, soumise au seul jugement de la vox populi. Dans ce sens, l'intérêt du droit de réponse reste limité du fait de la crédibilité donnée à l'e-commerçant sur le site où il est diffamé. Quant au « droit à l'oubli », le récent bilan de l'année 2014-2015 révèle un faible taux de réponse favorable aux demandes. Sur les presque 250 000 demandes qu'a reçues Google, 11,2 % des demandes concernaient des atteintes à la réputation et 4 % concernaient des atteintes à l'image. Au final, un taux de 70 % de refus des demandes se stabilise depuis Août 2014 (source : https://forget.me). L'adaptation des lois existantes, qui a pu suffire pendant un temps, peine à englober la complexité d'Internet. Aujourd'hui, un autre problème se pose qui n'existait pas auparavant : la permanence des informations sur Internet qui devrait faire l'objet d'une loi spécifique.
Expert Informatique assermenté et formateur spécialisé en sécurité Informatique, en cybercriminalité et en déclarations à la CNIL, Denis JACOPINI et Le Net Expert sont en mesure de prendre en charge, en tant qu'intervenant de confiance, la sensibilisation ou la formation de vos salariés afin de leur enseigner les bonnes pratiques pour assurer une meilleure sécurité des systèmes informatiques et améliorer la protection juridique du chef d'entreprise. Contactez-nous
Cet article vous plait ? Partagez ! Un avis ? Laissez-nous un commentaire ! Source : http://www.village-justice.com/articles/reputation-des-societes-epreuve,19698.html Par Laurent Feldman, Avocat et Raphaël Balji

Les «usines à clics» tournent

à plein régime aux Philippines | Le Net Expert Informatique



Les « usines à clics »
tournent à plein régime
aux Philippines

Les « usines à clics » aux Philippines produisent en masse de faux comptes pour les réseaux sociaux. De nombreuses célébrités, des personnalités politiques, de grandes entreprises et même de simples internautes en manque de fans, usent et abusent de cette contrefaçon numérique afin accroître leur popularité sur la Toile.

Un journaliste du magazine en ligne New Republic a enquêté aux Philippines sur les « usines à clics », ces fabriques singulières qui créent à la chaîne de faux comptes « clef en main » et inondent les réseaux sociaux de recommandations bidons, de « j'aime » chimériques, de fans fictifs et de suiveurs imaginaires.

Le prix d'un faux profil n'excède pas 1€50, et n'importe quel internaute ou de grandes entreprises peuvent ainsi, en

quelques clics, gonfler artificiellement leur visibilité sur la Toile. Une activité frauduleuse en plein essor qui s'appuie sur un réseau d'intermédiaires peu scrupuleux, comme le démontrait récemment le magazine Envoyé Spécial sur France Télévisions, qui a surpris une start-up française spécialisée dans la revente d'abonnés virtuels, en pleine transaction.

Selon les conditions d'utilisation des réseaux sociaux, le commerce de faux profils en ligne est formellement interdit. Mais les autorités des Philippines considèrent que ces règlements n'ont aucune valeur juridique sur leur territoire. Pour elles, c'est donc un négoce illicite mais pas illégal.

Un fléau pour les géants d'Internet

Ce marché noir de la « web réputation » menace maintenant l'économie numérique mondiale, il serait nuisible aux activités des entreprises qui ont depuis longtemps investi dans les réseaux sociaux.

C'est un fléau, selon les géants du web, qui ne parviennent pas à endiguer le phénomène, particulièrement pour Facebook, Twitter et Google, dont les modèles économiques reposent exclusivement sur des offres publicitaires ciblées pour le commerce en ligne.

Les usines à clics fonctionnent comme de vraies entreprises, avec un personnel qualifié qui est composé principalement de jeunes informaticiens diplômés gagnant cinq fois le salaire d'une femme de ménage.

Les patrons, eux, profitent pleinement des infrastructures technologiques implantées dans le pays par de grandes compagnies américaines comme Microsoft. Un miracle économique

inattendu de la délocalisation, conclut ironiquement le journaliste de New Republic. Les « usines à clics » sont devenues en quelques années les principaux moteurs de la croissance aux Philippines.

Expert Informatique assermenté et formateur spécialisé en sécurité Informatique, en **cybercriminalité** et en **déclarations à la CNIL**, Denis JACOPINI et Le Net Expert sont en mesure de prendre en charge, en tant qu'intervenant de confiance, la sensibilisation ou la **formation de vos salariés** afin de leur enseigner les bonnes pratiques pour assurer une meilleure sécurité des systèmes informatiques et améliorer la protection juridique du chef d'entreprise.

Contactez-nous

Cet article vous plait ? Partagez !

Un avis ? Laissez-nous un commentaire !

Source :
http://www.rfi.fr/asie-pacifique/20150506-philippines-usine-clics-commerce-fans-internet-reseaux-sociaux/?aef_campaign_date=2015-05-06&aef_campaign_ref=partage_user&ns_campaign=reseaux_sociaux&ns_linkname=editorial&ns_mchannel=social&ns_source=twitter