

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 faux avis 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'utiliser 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