

e-Réputation : un internaute condamné pour un faux commentaire malveillant



Un internaute a été condamné par le Tribunal de grande instance de Dijon pour avoir publié sur PagesJaunes.fr un faux avis malveillant concernant un restaurant qui n'avait pas encore ouvert.



Un internaute, connu sous le pseudonyme de Le Clarifieur, a été condamné le 6 octobre dernier à une amende de 2 500 euros et 5 000 euros de frais par le Tribunal de grande instance de Dijon pour avoir publié sur le site Web PagesJaunes.fr un commentaire faux et malveillant concernant le restaurant Loiseau des Ducs de Dijon, appartenant au groupe Bernard-Loiseau.

Cet internaute avait en effet publié, le 11 juillet 2013, ligne sur le site Internet des Pages Jaunes un commentaire bien peu élogieux concernant le nouvel établissement Loiseau des Ducs (1 étoile au Guide Michelin) : « très surfait, tout en apparat et très peu de chose dans l'assiette. L'assiette la mieux garnie est celle de l'addition ».

Petit souci : à la date de publication de cet avis, le restaurant en question n'avait même pas encore ouvert ses portes. Aucun client n'avait donc pu y déguster un repas...

Ahlame Buisard, gérante du restaurant et directrice générale du groupe Bernard-Loiseau, avait alors fait constater par voir d'huissier la publication de ce commentaire et avait ensuite porté plainte. « On a voulu mener l'affaire jusqu'au bout et donner une leçon à ces personnes qui font des commentaires pour détruire », a souligné Ahlame Buisard, rapporte le quotidien Le Bien Public, après la condamnation de l'internaute fautif.

Selon le Tribunal de grande instance de Dijon, « ces commentaires fautifs (...) du fait même de leur diffusion sur Internet sur un site largement consulté par les internautes à la recherche des coordonnées d'établissements, visaient à dissuader de potentiels futurs clients de se rendre dans le restaurant critiqué ».

Une condamnation qui met en avant la difficulté pour les commerçants et prestataires des services de gérer et modérer la parution sur le Web de commentaires, bons ou mauvais, de la part de vrais ou faux clients et ainsi de garder la main sur leur e-réputation.

« Aujourd'hui des dizaines de plateformes, spécialisées ou non permettent aux consommateurs de partager leurs avis sur un magasin, un restaurant, un hôtel ou n'importe quel autre produit ou service. C'est même un métier à temps plein pour certaines sociétés et il faut ajouter à cela les réseaux sociaux où s'échangent des milliers d'avis chaque jour », souligne Aurelien Dubot, Senior Product Manager chez Bazaarvoice, fournisseur américain de solutions d'avis de consommateurs.

« Les sites tiers n'assurent pas toujours une modération exemplaire ni même un filtrage sommaire des commentaires publiés ».

Bazaarvoice recommande ainsi aux entreprises soucieuses de leur réputation en ligne de prendre les devants, en mettant à disposition de leurs clients une plate-forme dédiée leur permettant de partager leur retour sur un service ou un produit.

Il s'agit également de vérifier l'authenticité des avis publiés, via notamment une norme AFNOR visant à fiabiliser les avis en ligne. Sans oublier qu'il convient d'accepter le fait de voir publier des commentaires négatifs, gage d'authenticité et d'honnêteté vis-à-vis des clients.

Crédit image : PathDoc – Shutterstock.com



Réagissez à cet article

Source : <http://www.itespresso.fr/#e-reputation-internaute-condamne-faux-commentaire-malveillant-113258.html>