

## E-Réputation – Tout ce que les internautes perçoivent, pensent et disent d'une marque

Communément appelé la « Web-réputation », la « cyber-réputation » ou la « réputation numérique », elle résulte des commentaires en ligne des internautes. La publication de commentaires en ligne, que ce soit sur les réseaux sociaux ou sur les sites communautaires, révèle du principe de la libre expression. Toute personne est donc libre de publier librement des critiques à l'égard d'une personne physique ou morale sur Internet, à condition de ne pas franchir les limites que sont les propos diffamatoires, injurieux ou portant atteinte au droit de tiers et à l'image<sup>1</sup>.

Effectivement, le Web 2.0 donne la parole à tous et la liberté d'expression résulte souvent à tort de :

### Savez-vous que :

Un (1) heure sur six (6) est passée sur un appareil mobile

Un (1) internaute sur deux (2) se connecte chaque jour à un compte sur les médias sociaux

Utilisation moyenne active d'Internet est de plus de 17 heures par semaine

- Client mécontent qui s'exprime haut et fort sur un forum sans que personne ne lui demande la preuve qu'il était bel et bien client et sans lui demander d'apporter des éléments de preuve de ce qu'il avance
- Internautes qui méconnaissent et pensent à tort que la liberté d'expression est un droit sans limite
- Le commerçant à forcément tort, le client ou faux client a toujours raison
- Personne cachée derrière son écran qui se croit toute-puissante et transgresse les règles sans scrupules
- Manque d'encadrement et de laisser-faire par les éditeurs de forums
- Manœuvres fort peu loyales des concurrents

### **Les mots auraient plus de poids sur Facebook**

« L'effet viral sur Facebook fait qu'à mesure que le nombre d'amis augmente l'expectative que l'information demeure privée baisse »

<sup>1</sup> Explication de Me Julie Jacob, avocate spécialisée en propriété intellectuelle

***Twitter c'est comme aller crier sur la place publique***

*« C'est le retweet (RT) qui fait la puissance de Twitter. Il permet de répandre un message à travers le réseau en quelques secondes. Une FORCE DE FRAPPE médiatique sans précédent »*

Croyez-vous que les plateformes d'avis des consommateurs préviennent les marques qu'elles sont attaquées?

Savez-vous que sans une veille de votre image sur la Toile, vous risquez de vous voir trainer dans la boue sans même le savoir, sans même pouvoir vous défendre?

Le plus déplorable est lorsque le commerçant honnête règle la situation dénoncée et préférablement dans les meilleurs délais, les commentaires néfastes peuvent demeurer en ligne et personne ne songe à les retirer ou les mettre à jour en ajoutant avoir eu gain de cause.

## **SIRCO** peut intervenir en

**Démontrant la présence concertée en vue de nuire à la réputation de votre entreprise et /ou une utilisation malveillante des réseaux**

**Démasquant des avis de FAUX consommateurs qui masquent des manœuvres peu loyales des concurrents**

**Veillant au propos diffamatoires ou injurieux afin de ne pas laisser passer l'info essentielle et être en mesure de réagir immédiatement**

**Obtenant une preuve de l'identité de l'internaute et en dégager son profil**

**[Pour vous désabonner](#)**

3905, boul. Industriel, Montréal (Qc) H1H 2Z2  
Tél. (514) 744-1010 / 1-877-97SIRCO · Téléc. (514) 744-6363  
Courriel : [info@groupesirco.com](mailto:info@groupesirco.com) · Internet : [www.groupesirco.com](http://www.groupesirco.com)