



Agression sexuelle: des témoignages effacés par TripAdvisor

[Accueil] / [Société]



Photo: Steven Senne Associated Press TripAdvisor a modifié sa politique de modération des commentaires après les révélations du quotidien américain «The Milwaukee Journal Sentinel».

Annabelle Caillou

Avec Associated Press

24 novembre 2017

Société

Critiqué pour avoir retiré des commentaires d'utilisateurs rapportant avoir été victimes d'agression sexuelle et d'autres crimes, le site TripAdvisor pourrait faire l'objet d'une enquête des autorités fédérales américaines.

Début novembre, plusieurs personnes ont confié au quotidien américain *The Milwaukee Journal Sentinel* avoir rapporté des agressions sexuelles entre 2010 et 2015, dans différents hôtels du Mexique, sur le site. Mais leurs commentaires ont tous été supprimés.

Dans la foulée, TripAdvisor s'est justifié en expliquant que, à l'époque, la politique de modération des commentaires impliquait que « tout contenu qui n'était pas approprié à tous les âges était considéré comme une violation des conditions d'utilisation ».



« Il y a quelques années, nous avons modifié ce règlement pour permettre des commentaires décrivant des crimes graves comme des viols ou des agressions. Nous reconnaissons que nos règles précédentes allaient trop loin en empêchant le partage d'informations de ce genre », ajoute l'entreprise.

« »

Si les gens ont une réelle plainte à faire, c'est aux autorités policières qu'ils doivent s'adresser

– **Nicolas Vermeys, professeur de droit et directeur adjoint du Laboratoire de cyberjustice de l'Université de Montréal**

Un encadré rouge a depuis fait son apparition sur le site, désignant les établissements dans lesquels des agressions, des actes de discrimination et des problèmes de santé ont été signalés.

« TripAdvisor a eu connaissance d'événements récents et articles de presse au sujet de cet établissement qui ne reflètent peut-être pas le contenu des avis trouvés sur cette page. C'est pourquoi nous vous suggérons de poursuivre vos recherches pour obtenir plus d'informations sur cet établissement lors de la préparation de voyage », précise la mention déjà associée à trois hôtels au Mexique et qui restera visible pendant au moins trois mois.

Mais cette mesure n'a pas dissuadé la sénatrice américaine Tammy Baldwin de demander une enquête à la Federal Trade Commission.

TripAdvisor indique toutefois ne pas avoir connaissance d'une telle procédure.

Flou juridique

Au Québec, au regard de la loi sur le cadre juridique des technologies de l'information, les sites recueillant les commentaires des internautes sur les hôtels, restaurants et autres services ou biens de consommation – tels que TripAdvisor, Yelp, Google ou même Facebook et Twitter – ne sont que des « intermédiaires » entre entreprises et consommateurs.

« Ils ne sont pas responsables du contenu hébergé sur leur plateforme [...] ni des commentaires tant que cela n'a pas été porté à leur attention directement », explique Nicolas Vermeys, professeur de droit et directeur adjoint du Laboratoire de cyberjustice de l'Université de Montréal.

Ainsi, à moins qu'une société ou un commerce ne contacte le site pour exiger le retrait d'un commentaire considéré comme diffamatoire, celui-ci n'est pas responsable des propos laissés sur sa page.

Que ce soit au Canada ou aux États-Unis, « on tient pour acquis que c'est technologiquement impossible pour eux de tout valider », souligne M. Vermeys.

Le commentaire est généralement retiré une fois rapporté, ces sites d'évaluation n'ayant aucune obligation juridique de tout laisser. « Si les gens ont une réelle plainte à faire, c'est aux autorités policières qu'ils doivent s'adresser », insiste le professeur.

Le récent ajout d'un encadré par TripAdvisor pour alerter les utilisateurs reflète une prise de conscience morale, mais surtout un « pur calcul d'opportunité », d'après lui.

« Comme entreprise, si je laisse en ligne [le commentaire d'agression sexuelle] je cours un risque de me faire poursuivre par l'hôtel visé, mais si je le retire, je me fais critiquer par mes utilisateurs, et ça porte atteinte à mon image sociale. On va penser que je veux cacher les faits et protéger des agresseurs. »

Pouvoir aux internautes

À l'heure d'Internet et des réseaux sociaux, les citoyens se fient de plus en plus aux commentaires de leurs pairs avant de consommer un bien ou un service.

En 2016, 90 % des Québécois ont consulté au moins une source en ligne avant de faire un achat, indique une enquête du Centre facilitant la recherche et l'innovation dans les organisations (CEFRIO). Les sites contenant l'avis d'autres consommateurs arrivent en troisième place (30 %) parmi les sources consultées ; les réseaux sociaux se hissent en cinquième place (27 %).

Les entreprises sont ainsi plus susceptibles de voir leur image entachée publiquement par l'opinion d'un usager mécontent. Certaines possèdent même des équipes pour vérifier ce qui se dit à leur sujet et corriger le tir.

« Sur TripAdvisor, c'est courant de voir le gérant d'un hôtel rédiger un message explicatif ou d'excuses sous un commentaire négatif », note M. Vermeys.

Si certains ont juste eu le réflexe d'exprimer leur opinion en temps réel et publiquement grâce à Internet, d'autres l'utilisent pour se faire justice, trouvant le processus judiciaire inaccessible financièrement, long et complexe.

« Leurs propos sont plus émotifs que raisonnés. Les gens n'évaluent pas les conséquences possibles », dit-il. Le consommateur n'est pas à l'abri d'une poursuite en diffamation, impliquant des frais d'avocat élevés et beaucoup de stress.