

PEUT-ON SE FIER AUX FORUMS D'ENTREPRISES ?

Sommaire exécutif
Juin 2018

Les *forums d'entreprises*, également désignés sous les noms de *forums communautaires*, *communautés d'assistance* ou *communautés sur le web*, sont actuellement fort populaires. Qu'ils soient ou non hébergés par des entreprises, les renseignements, conseils et idées qui y sont échangés peuvent être très variés. Ils permettent, notamment, l'obtention de renseignements rapidement, en tout temps, et en provenance de pairs en qui les consommateurs ont souvent davantage confiance qu'aux entreprises.

Vu l'attrait que présente pour les consommateurs le type de contenu qui se retrouve sur les forums, plusieurs entreprises mettent en place des forums sur leur site Web. Ces forums présentent pour elles plusieurs avantages : acquisition de visiteurs (notamment parce que le contenu des forums est indexé par les engins de recherche), rétention de consommateurs, support des produits, *feedbacks* et partage des connaissances entre usagers qui peuvent permettre l'amélioration des produits, réduction des coûts de l'information, etc.

Ces forums ne sont toutefois pas sans risques pour les utilisateurs, qui peuvent en effet y trouver des renseignements erronés, des propositions de manipulation qui pourraient affecter le fonctionnement d'appareils électroniques, des propos injurieux, une collecte et une utilisation abondantes de renseignements personnels, etc.

Au cours de notre recherche, nous avons tenté de voir si les consommateurs obtenaient par l'entremise des forums communautaires disponibles sur les sites d'entreprises des services qui répondaient à leurs attentes et à leurs besoins, et si ce type de forum respecte les divers encadrements, législatifs ou autres, auxquels il peut être soumis.

Pour ce faire, nous avons fait un état des lieux par une revue de la littérature, afin notamment de recenser les différents types de forums d'entreprises et les pratiques possiblement problématiques qu'ils soulèvent. Nous avons aussi récolté des données à partir des sites des entreprises et dans les contrats auxquels les usagers doivent adhérer lorsqu'ils s'inscrivent aux forums. Nous avons de plus procédé à une étude des différentes lois applicables.

Signalons d'abord qu'il a été impossible de confirmer avec certitudes certaines de nos hypothèses de départ. L'une d'elles était à l'effet que les consommateurs accorderont une plus grande confiance à des avis d'usagers s'ils se trouvent sur des forums hébergés sur les sites des entreprises. S'il existe des indications dans ce sens, elles ne semblent pas suffisantes, sans une confirmation qui s'appuierait sur des bases plus solides, pour que l'on puisse conclure que les utilisateurs s'attendent systématiquement à des renseignements exacts de la part des utilisateurs et que les entreprises devraient par conséquent être tenues automatiquement responsables de tout contenu qui apparaît sur leur forum.

La force d'un réseau

Nos membres associatifs

ACEF Appalaches – Beauce – Etchemins
ACEF de l'Est de Montréal
ACEF de Laval
ACEF du Grand-Portage

ACEF du Nord de Montréal
ACEF du Sud-Ouest de Montréal
ACEF Estrie
ACEF Lanaudière

ACEF Montérégie-Est
ACEF Rive-Sud de Québec
ACQC
Centre EBO d'Ottawa
CIBES de la Mauricie

7000, avenue du Parc, bureau 201, Montréal (Qc) H3N 1X1

T : 514 521-6820 | Sans frais : 1 888 521-6820 | F : 514 521-0736

info@uniondesconsommateurs.ca | www.uniondesconsommateurs.ca

Il n'en demeure pas moins que notre visite de différents forums nous a démontré que les entreprises ne font pas d'efforts véritables pour mettre en garde un usager qui se présenterait sur leur forum avec l'impression que ce qu'il y trouvera a été validé par l'entreprise.

Nous avons aussi estimé qu'il nous serait possible de relever des cas de consommateurs qui auraient rencontré des problèmes importants suite à leur utilisation d'un forum ou après avoir suivi un conseil qu'il y aurait trouvé. Ce que nous avons relevé sur le Web a été anecdotique, et notre enquête auprès des acteurs concernés (entreprises et organismes de surveillance gouvernementaux) ne nous a permis d'obtenir aucune information précise sur le nombre et la nature des plaintes formulées par les consommateurs – nous avons retenu des quelques réponses reçues que les plaintes à ce sujet seraient quasi inexistantes. Nos craintes à ce sujet demeurent donc, à ce point, largement théoriques.

Pour ce qui est des encadrements applicables, nous avons rapidement constaté que les pratiques qui se sont développées semblent assez uniformes — les forums que nous avons étudiés sont tous construits sur des modèles essentiellement similaires, et les contrats qui font état des engagements respectifs de l'entreprise et de l'utilisateur du forum reprennent, d'une entreprise à l'autre, essentiellement les mêmes types de clauses.

Puisque la question de l'information aux utilisateurs sur la fiabilité des renseignements qu'ils étaient susceptibles de trouver sur le forum nous préoccupait, nous avons examiné les représentations des entreprises à cet effet, ainsi que celles qui portaient sur la responsabilité des entreprises relativement à ce contenu. Comme nous le mentionnions, les entreprises ne font pas de grands efforts pour mettre en garde les visiteurs. La page d'accueil des forums présente généralement de façon minimale, et positive, bien sûr, la mission de ces pages. Notre analyse des lois sur la protection du consommateur du Québec et de l'Ontario, ainsi que de la Loi sur la concurrence, nous porte à croire que ces indications minimales pourraient être considérées comme trompeuses.

Pour ce qui est du contenu lui-même, c'est-à-dire les messages postés par les utilisateurs, nous avons constaté que les entreprises spécifient généralement dans les documents qui présentent les conditions d'utilisation du forum qu'elles ne se portent responsables d'aucun commentaire posté sur le forum. Les lois sur la protection du consommateur (qui ne pourront être invoquées par un consommateur que s'il a conclu un contrat avec l'entreprise) et le Code civil, dans une certaine mesure, interdisent ce type de dégageant de responsabilité. Il serait pourtant plausible de croire que les messages ou les réponses postés par un utilisateur qui s'identifie comme étant lié à l'entreprise ou qui agit pour elle à titre de modérateur seront considérés par les utilisateurs comme émanant de l'entreprise (ou à tout le moins comme étant validés par elle).

En ce qui concerne les questions de protection de la vie privée, nous avons constaté au fil de notre recherche un certain nombre de faits troublants ; outre les consentements obtenus pour la collecte et le partage de renseignements personnels sur la base de dispositions floues, le fait que de nombreuses entreprises ne jugent pas utile d'informer les usagers de leur forum des modifications, mêmes importantes, qu'elles pourraient apporter à leur politique de vie privée ou de confidentialité nous apparaît problématique.

Enfin, le fait que l'ensemble des entreprises imposent aux utilisateurs la concession de licences à la portée très large par le biais de leurs contrats d'adhésion nous semble exagéré, voire abusif.

Nos conclusions sont à l'effet que les cadres législatifs existants, malgré le fait qu'ils puissent s'appliquer à certains des problèmes qui pourraient se présenter avec les forums, n'ont au mieux qu'une application boiteuse, et les recours disponibles en vertu des différentes lois applicables ne sont clairement pas adaptés à ce genre de service qui répond et s'adapte à une approche contemporaine des communications.

Nos différents constats nous amènent à formuler différentes recommandations, dont certaines traitent de modération. En effet, d'après nos constats, la modération pourrait être l'une des voies par lesquelles pourraient être évités plusieurs problèmes que l'utilisateur est susceptible de rencontrer sur un forum. La modération d'un forum doit d'après nous assurer que l'information qui y est fournie soit exacte et exhaustive.

L'autre élément important sur lequel s'attardent nos recommandations est l'information : celle qui porterait sur la modération, mais aussi celle qui porterait sur la nature même des forums et de leur contenu. L'entreprise doit s'assurer que l'utilisateur qui se retrouve sur un forum en passant par sa page d'accueil, mais aussi celui qui a été guidé sur l'une de ses pages par un moteur de recherche disposera des renseignements importants sur le forum afin que ses attentes ne soient pas déçues.

English version available.

Union des consommateurs a reçu du financement en vertu du Programme de contributions pour les organisations sans but lucratif de consommateurs et de bénévoles d'Innovation, Sciences et Développement économique Canada. Les opinions exprimées dans ce rapport ne sont pas nécessairement celles d'Innovation, Sciences et Développement économique Canada ou du gouvernement du Canada.