



MÉDIA SOCIAUX : POUR QUE LA FÊTE CONTINUE!

Par : Frédéric Letendre
Avocat et associé



**Nos outils juridiques d'aujourd'hui
sont-ils aptes à nous permettre
de poursuivre la fête sans heurt?**

Au cœur de cet univers 360°: nous tous

Web 2.0 : arrivée début 2000

LinkedIn: 2002, Facebook: 2004, Twitter: 2006

Changement fondamental : Contenu Généré
par les Utilisateurs (CGU)

Tous deviennent créateur de contenu!



Quelques réflexions pour que la fête continue

- De quoi parle-t-on exactement?
- Quelques décisions
- Exemples de solutions non contentieuses
- Pour que la fête continue



LES MÉDIAS SOCIAUX

- Conception large:
 - Blogues privés/entreprises
 - Sections commentaires des média
 - Autres types de plateformes de partage de contenu



LES MÉDIAS SOCIAUX

1. Contenu Généré par les Utilisateurs (CGU)
2. Communauté
3. Interopérabilité
4. Instantanéité
5. Globalité
6. Information



MÉDIAS SOCIAUX & DIFFAMATION

L'ère numérique modifie le rapport des citoyens à l'information. Celle-ci n'est plus l'apanage des professionnels de l'information. *Chacun peut s'improviser pourvoyeur d'une information affranchie des mécanismes de régulation traditionnels. [...]*

Les tribunaux deviennent le seul rempart contre les abus et la diffamation.

Awada c. Magnan, 2018 QCCS 3023 (appel rejeté), par. 233 et 236.



Amalgamated Transit Union, Local 113 v. Toronto Transit Commission, [2016] O.L.A.A. No. 267:

Lieu de travail inclus les médias sociaux de l'employeur.

Harcèlement peut donc être communications sur les réseaux sociaux.

G&B Maternité c. Claveau, 2019 QCCQ 48 :

Dommmages attribués à une société

« Copiez et collez sur vos murs en grand nombre afin que tous entendent la vérité et que Gazouillis et Babillage ne puisse pas faire taire la vérité en faisant effacer ma publication. » (sic) »



G&B Maternité c. Claveau, 2019 QCCQ 48 :

Dommmages attribués à une société

« [120] (...) l'époque des technologies, de la désinformation et des «*fake news*», **le Tribunal s'avoue stupéfait de constater à quel point les gens croient absolument n'importe quoi, (...).**

Cela est tout simplement ahurissant ! »





***Gendreau c. Fondation Corazõn du Québec,
2017 QCCQ 11230 :***

«(...) comment dire... je me suis fait voler mon chien... j'ai voulu rendre service avec mon chien démonstrateur... j'ai voulue (sic) aider une personne... il me l'a volé... Un directeur financier de la Banque de Montréal(...)»



***Gendreau c. Fondation Corazõn du Québec,
2017 QCCQ 11230 :***

« [97] De ces propos Facebook [\[19\]](#), il ressort ce qui suit:

- 4 internautes ont cliqué « J'aime »;
- 11 internautes ont transféré le message;
- 11 internautes (autre que la Fondation) ont participé à une conversation; (...) »



***Gendreau c. Fondation Corazõn du Québec,
2017 QCCQ 11230 :***

Condamnation solidaire : 2 200\$.

« [168] (...) Le Tribunal doit désapprouver l'utilisation de Facebook à des fins de défoulement ou pour faire passer sa frustration [\[63\]](#). »

Corriveau c. Canoe inc., (C.S., 2010-08-23), 2010 QCCS 3396

«Suzan Corriveau est la fille de l'avocat Lawrence Corriveau, client notoire du réseau qui a évité les accusations en raison de son décès. Le frère de Suzan, prénommé Richard, également avocat, a pour sa part purgé quelques années en prison pour différents délits de fraude.»



Corriveau c. Canoe inc., (C.S., 2010-08-23), 2010 QCCS 3396

«[112] (...) Le tribunal doit lancer un message à tous les médias et aux sites sur internet qu'on ne peut faire fi de la vie des gens sans en subir de conséquences.»



Vaillancourt c. Lagacé, (C.S., 2011-06-23), 2011 QCCS 3781

« Engage sa responsabilité, celui qui, en plus de ses propres attaques, permet que des commentaires de tiers portant atteinte à la réputation personnelle et commerciale d'une personne soient affichés sur son site Internet. »

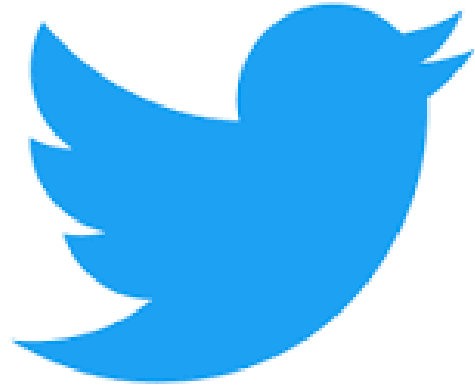


INJONCTION INTERLOCUTOIRE

-
- *Google c. Equustek Solutions inc.*, 2017 CSC 34, par.41. :

« l'Internet n'a pas de frontières — son habitat naturel est mondial », ainsi, la Cour prononce une injonction ayant une portée internationale afin d'assurer son respect partout « où Google exerce ses activités, c'est-à-dire mondialement ».

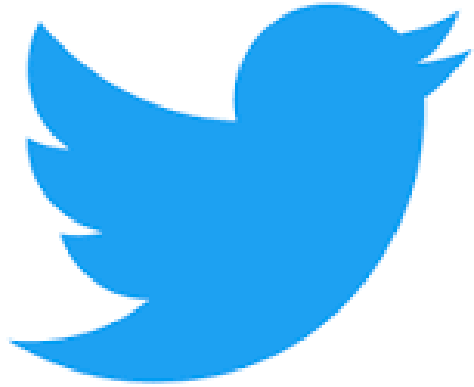




Congédiement pour cause:

“Going to Africa. Hope I don’t get AIDS.
Just kidding. I’m white!”

<https://www.nytimes.com/2015/02/15/magazine/how-one-stupid-tweet-ruined-justine-saccos-life.html>



Congédiement pour cause:

« Pendant le gala de l'ADISQ dimanche dernier, (un animateur radio via Twitter) a qualifié Coeur de pirate de «plotte laide» et de «Coeur de plotte sale» en plus de salir la réputation de Yann Perreau. »

<https://www.lapresse.ca/arts/201011/13/01-4342447-michael-moore-et-peter-griffin.php>



Non embauche pour cause ?

« Humiliée par un employeur à cause d'une photo en maillot de bain (photos)

L'agence Kickass Mastermindes pour laquelle Emily Clow, 24 ans, avait postulé sans succès a utilisé l'une de ses photos en bikini publiée sur Instagram pour avertir les prochains candidats. »

<https://soirmag.lesoir.be/252092/article/2019-10-07/humilee-par-un-employeur-cause-dune-photo-en-maillot-de-bain-photos>

MESURES DE SÉCURITÉ DES MÉDIAS SOCIAUX

**Politiques d'utilisation/règles de communauté
*permettent l'intervention des plateformes auprès de leurs utilisateurs***

- **supprimer des commentaires haineux**
- **supprimer des comptes/profils d'utilisateurs**
- **encourager la dénonciation des comportements non-conformes par les utilisateurs**

<https://www.facebook.com/communitystandards/>

L'importance d'une rédaction claire pour les utilisateurs

TikTok

- Utilisateurs mineurs;
- Politique d'utilisation lourde et peu compréhensible;
- Hautement critiquée = manque d'intervention (cas prédateurs sexuels);
- Aucune mesure préventive/corrective n'a été adoptée.

Reportage BBC :

<https://www.youtube.com/watch?v=smcHGIncsGQ>



Les médias sociaux: moteurs de changement?

Le débat sur l'égo numérique



Facebook expérimente avec la disparition du nombre de "j'aime" en Australie.

<https://www.lapresse.ca/affaires/techno/201909/27/01-5243044-facebook-experimente-la-disparition-du-nombre-de-j'aime-en-australie.php>



Instagram @instagram · 1h

We want your friends to focus on the photos and videos you share, not how many likes they get. You can still see your own likes by tapping on the list of people who've liked it, but your friends will not be able to see how many likes your post has received.

550 1,624 7,453

Instagram essaie une nouvelle fonctionnalité dans 7 pays, dont le Canada.

Le nombre de mentions  n'est visible qu'à la personne aillant publié la photo.

LA DILIGENCE RAISONNABLE DES ENTREPRISES : à quoi faut-il s'attendre?

- Contexte de l'entreprise
- Responsabilité accrue
- Politiques d'utilisation et de vie privé
- Le gestionnaire de communauté



Le gestionnaire de communauté



Animation et gestion des communautés sur internet (entreprise, personnalité publique, institution)



Interaction avec la communauté



Surveillance et contrôle



Respect des règles de droit commun & des règles des plateformes en question



Outils technologiques utiles

Logiciels de gestion
des médias sociaux

→ Hootsuite

→ Sentinel: regrouper tous les
commentaires pour faciliter l'intervention du
gestionnaire de communauté.

DES EXEMPLES POUR MIEUX COMPRENDRE

2013 = critiques et articles concernant le cyber-harcèlement lié à des suicides.

Réponse = **SAFETY CENTER**

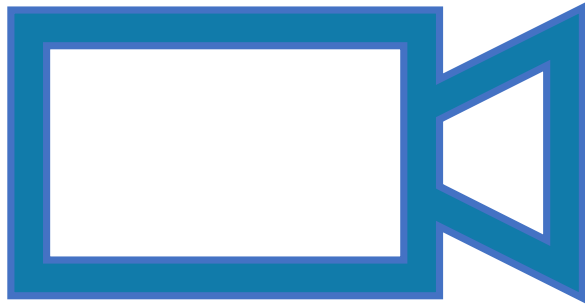
<https://safety.ask.fm/>

ask*fm*

Vidéos dites *deepfake*

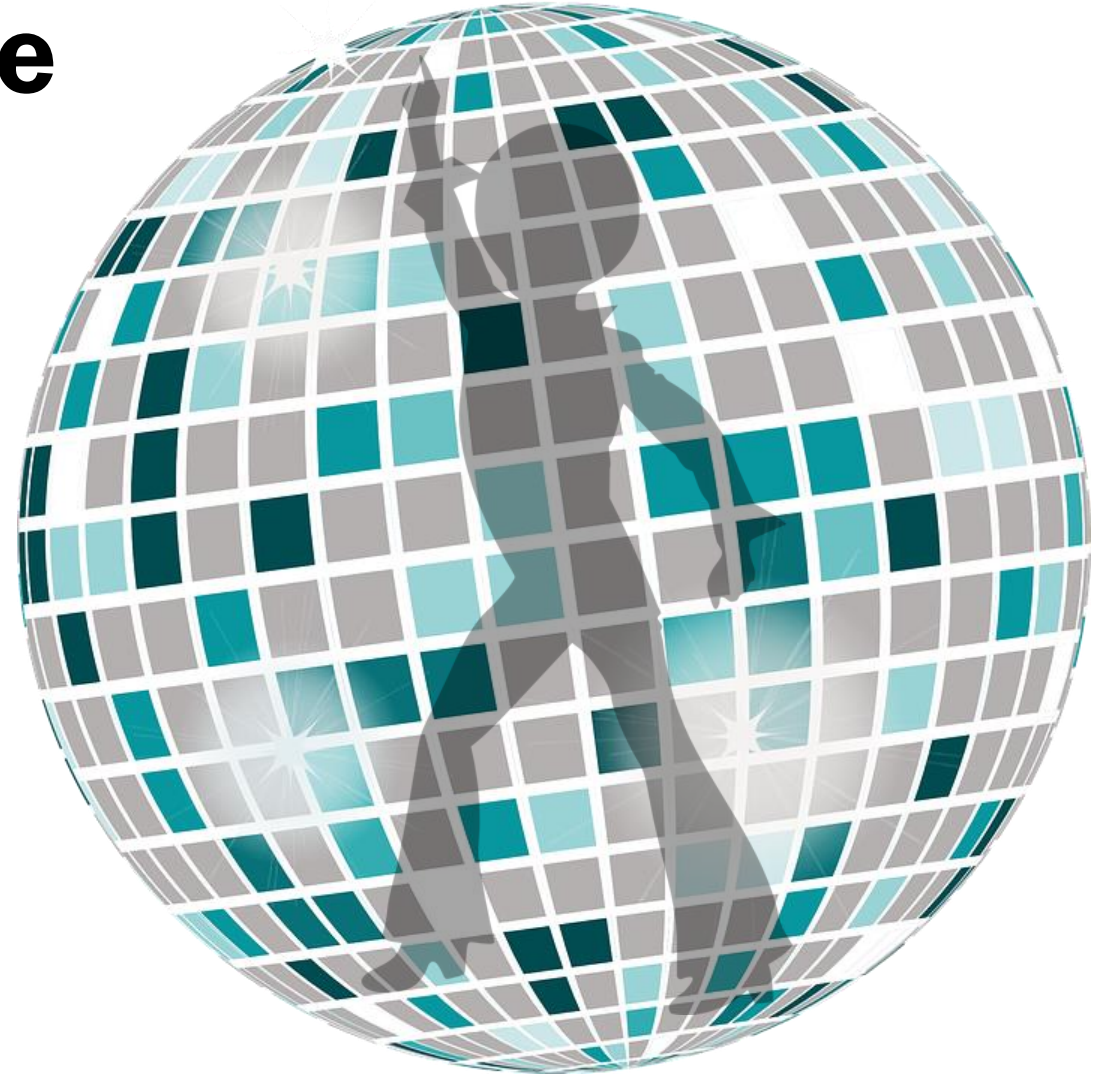
- Création de plusieurs vidéos (vraies et truquées).
- Ensemble de vidéos permettant de « développer des méthodes de détection de vidéos manipulées ».

<https://www.lapresse.ca/affaires/techno/201909/25/01-5242849-google-alimente-la-recherche-contre-les-videos-truquees-hyper-realistes.php>



Pour que la fête continue

-
- Conditions claires (et appliquées)
 - Prévention/formation
 - Mise en place des technos appropriées
 - Implications de tous
 - Jugements innovants et audacieux



ÉPILOGUE : WEB 2.0 AND BEYOND...

Phénomènes émergents



Le phénomène des *Influenceurs*

Nano-influenceurs

Qui est responsable du contenu?

Comité directeur sur le marketing d'influence: lignes directrices sur la divulgation



« Être parent à l'ère du numérique » - Option Consommateurs

Sharenting

Risques réels

Cadre juridique canadien et étranger



Ce qui se passe à Vegas, reste à Vegas.

*Ce qui se passe sur Twitter, reste sur
Google pour toujours.*



- Jure Klepic



Merci!

**Frédéric Letendre
Avocat/associé**

**YULEX, Avocats et stratèges
www.yulex.ca**