



# Critiques en ligne et diffamation

## Consommateurs

### Le saviez-vous ?

Lorsque vous avez acheté un produit ou vous utilisez un service dont vous n'êtes pas satisfaits, en tant que consommateur, vous avez le droit de vous exprimer et de critiquer les biens et les services de l'entreprise.

Les critiques en ligne sont d'ailleurs très utiles et fréquemment utilisées par les consommateurs qui cherchent à faire un choix éclairé lorsqu'ils magasinent un bien ou un service.

Toutefois, vous devez savoir que votre liberté d'expression en tant que consommateur n'est pas absolue et qu'il y a des limites à ce qui est permis d'écrire sur Internet.

Une entreprise qui estime que vos propos ont porté atteinte à sa réputation et à son image pourrait entreprendre des procédures judiciaires en diffamation contre vous.

### Quand une critique est-elle considérée comme étant diffamatoire ?

Quand la critique est laissée avec l'intention de nuire, qu'elle s'attaque à la réputation de l'entreprise ou qu'elle cherche à la ridiculiser, à l'humilier, à l'exposer à la haine ou au mépris du public.

Des consommateurs canadiens ont déjà été condamnés à payer des sommes pouvant aller de 1 500 \$ à 115 000 \$!

**Précisons toutefois qu'un avis négatif n'est pas nécessairement diffamatoire.**

### Quoi faire avant de publier une critique en ligne ?

Voici quelques éléments à privilégier et à éviter avant de critiquer une entreprise sur Internet :

#### À privilégier

- Temps de réflexion
- Ton respectueux
- Constructif
- Intérêt public (objectif de protection)
- Nuancer ses propos
- Raconter son expérience personnelle

#### À éviter

- Intention de nuire (ex.: propos tenus par vengeance ou par colère)
- Insultes
- Langages abusif ou grossier (ex. utiliser des termes tels que « voleur » ou « escroc »)
- Attaques personnelles
- Campagnes de dénigrement (ex. inciter d'autres consommateurs à laisser une critique négative)
- Propos faux et mensongers

Avec la participation financière de :