



Canoe.qc.ca | Rencontres | Jobboom | Autonet | Micasa.ca | Webfin ARGENT
Toile du Québec | LCN | TVA | Mon passeport | Zone Haute Vitesse | English Canoe



Le gel des frais de scolarité ne vous laisse pas de glace?

QUÉBEC
2007

En collaboration avec :








ÉLECTIONS PROVINCIALES



Accueil

Actualités

Espace Jean Lapierre

Journaliste mobile

Chroniqueurs

Galleries

Forums

Blogues

ACTUALITÉS

Publicité
La tactique PLQ contrevient à la politique de Google

Presse Canadienne (PC) 06/03/2007 08h08



L'agence de communication Affluences, une des 14 firmes canadiennes de référencement Internet officiellement accréditées par Google, estime que la stratégie publicitaire employée par le Parti libéral du Québec pour faire de la publicité négative contre le PQ contrevient à la politique éditoriale du moteur de recherche.

Selon Affluences, ce n'est qu'une question de temps avant que les publicités des libéraux soient désactivées par Google.

Rappelons que, peu avant le déclenchement de la campagne, le Parti libéral a «acheté» les noms de tous les candidats péquistes et adéquistes connus pour que des publicités négatives s'affichent lorsqu'on tape leur nom dans le moteur de Google. Par exemple, à certains moments de la journée, lorsqu'on inscrit le mot-clé «Louise Harel», le message «Louise Harel; l'équipe de rêve péquiste. Quelle équipe de rêve?» s'affiche. En cliquant sur le nom de Mme Harel, on se retrouve sur la page d'accueil du site Web du PLQ.

Dans son code de conduite, Google précise que «le texte de l'annonce et les mots-clés (utilisés) doivent être en relation directe avec le contenu de la page de destination».

En l'occurrence, il n'est nullement question de l'équipe de rêve péquiste sur la page

Sur eBay, le monde entier est votre magasin d'à côté.

Cellulaires
à partir de 10 \$



Perceuses
à partir de 5 \$



Xbox 360
à partir de 15 \$



Figurines
à partir de 2 \$



Planches à neige
à partir de 10 \$



iPod nano
à partir de 5 \$



eBay.ca Magasinez →

Partez en campagne avec
Jean Lapierre



PUBLIEZ SUR L'ESPACE DE JEAN LAPIERRE!
Envoyez vos

ESPACE JEAN LAPIERRE

PHOTOS | VIDÉOS | ÉDITOS

Les 5 dernières nouvelles

Québec 2007 - Sondage - Le mont Orford ne fait pas mal au PLQ LCN

Québec 2007 - L'appui de la FTQ au PQ n'est pas une dépense électorale Journal de Montréal

Parti québécois - Gendron persiste et signe Journal de

d'accueil du site libéral. Google interdit aussi à ses clients de se servir des marques de commerce déposées de leurs concurrents comme mot-clé pour leurs propres publicités.

Au Parti libéral, on assure que tout est en règle puisqu'il n'y a justement pas de marque déposée sur les noms de partis politiques.

Le porte-parole du Parti québécois, Julien Beaudry, qui assimile quant à lui l'utilisation par le PLQ des noms de candidats péquistes à de l'usurpation, assure ne pas avoir contacté Google pour se plaindre.


Fait à noter, depuis que la stratégie libérale a été dévoilée par les médias, le PQ se sert lui aussi des noms de certains candidats pour faire apparaître des publicités négatives. Le nom de Philippe Couillard, par exemple, fait apparaître le message «Attention; négligé par Charest», avec un lien vers le site du PQ.

En France, à la suite de recommandations formulées par le Forum des droits sur l'Internet, l'utilisation de noms de candidats politiques comme mots-clés Google n'est plus toléré.

Selon le spécialiste du droit public et professeur à l'Université de Montréal Pierre Trudel, le Code civil québécois contient des dispositions qui interdisent l'utilisation du nom d'une personne «dans le but de lui porter préjudice».

[» Toutes les actualités](#)

Montréal

Québec 2007 - [Jour 14 de la campagne: l'agenda des chefs](#)  LCN

Forêt - [Boisclair promet d'intervenir](#) Journal de Montréal

[» Toutes les actualités](#)

Copyright © 1995-2007  Tous droits réservés

[Conditions d'utilisation](#) | [Politique de confidentialité](#) | [Trousse média](#) | [Aide / FAQ](#)

[Plan du réseau Canoe](#)