

## **E-réputation et droit : y a-t-il une vie privée “dans” le net ?**

Rappelons qu'internet est le réseau informatique mondial auquel chaque utilisateur, titulaire d'une connexion, doit pouvoir accéder, par l'intermédiaire d'un ordinateur (ou d'un terminal à usages multiples), pour y rechercher ou diffuser des informations ou données de toutes natures.

On compte aujourd'hui plus de 1 milliard d'internautes dans le monde, 200 millions aux Etats-Unis, à peu près le même nombre en Europe, et 32 millions en France.

Avec le développement des réseaux dits sociaux, l'explosion du web 2.0, **le droit à l'oubli** devient plus que jamais nécessaire. Comment maîtriser la présence de données personnelles sur l'immense toile mondiale ? Comment empêcher que ces données soient utilisées et exploitées sans le consentement de l'intéressé ? Sommes-nous véritablement informés de l'exploitation de notre intimité à des fins commerciales ? Comment améliorer la transparence dans le domaine de la publicité ciblée ?

Est-il possible de faire table rase de son passé numérique ? Dans quelles circonstances peut-il ressurgir et constituer un frein à notre avenir ?

Comment former et informer les jeunes mais aussi les parents sur ces risques et sur les bonnes pratiques à adopter pour maîtriser son image sur internet ?

La meilleure solution étant de ne pas y aller mais la curiosité de l'être humain fait qu'il est acculé comme une araignée prise à sa propre toile.

Les principaux représentants des réseaux sociaux, blogs, moteurs de recherche, associations familiales et de protection de l'enfance phosphorent sur la question depuis le mois de novembre 2010.

Pour y répondre, la secrétaire d'État au numérique, Madame Kosciusko-Morizet, a présenté - ce qui devait initialement constituer un projet de loi - mais s'est finalement transformé en une simple **charte**. *“Il ne faut pas diaboliser internet (...) une loi est inutile: celle de 1978 dite informatique et liberté suffit clame la secrétaire d'État (...) et puis, au rythme où bouge internet, il faudrait changer de loi tous les deux ans”*.

Ce qui est pertinent pour le droit d'auteur (Hadopi) et l'immigration (cinq lois en sept ans) ne le serait pas pour le droit à l'oubli numérique...

Moins difficile à mettre en œuvre et à imposer, ce simple code de bonne conduite comporte deux failles : **le suivi et la contrainte**. Pour le suivi la secrétaire d'État promet qu'il sera assuré par le futur Conseil national numérique... Pour la contrainte, aucun espoir à l'horizon, à défaut de loi...

Cette charte d'engagements volontaires s'axe autour de six bonnes pratiques. Signée par plusieurs sites internet, blogs et réseaux sociaux (français pour la plupart), les mesures principales portent sur la création de “**bureaux des réclamations**” virtuels accessibles aux membres et aux non membres désireux de faire modifier et/ou supprimer des informations ou des images les concernant, de procédures afin de faciliter la suppression d'un compte et le non référencement par les moteurs de recherche de données en attente de suppression ou figurant dans des espaces réservés.

**A noter que pour l'heure, cette charte n'a été signée ni par Google, ni par Facebook.**

Peter Fleischer, juriste en charge de la protection privée des données privées chez Google estime que *“la protection des données personnelles est un droit fondamental qui doit être défendu, mais il est important de le faire en respectant d'autres droits fondamentaux tels que la liberté d'expression”*.

Pour le gouvernement, cette charte “constitue un point de départ”, espérant que de nouveaux signataires y adhèrent rapidement, les bases d’un futur accord international ayant été jetées sur le papier ... ?

On peut se demander ce qui amènerait Facebook ou Google à se tirer une balle dans le pied alors que le point 2 de la charte intitulé “Protéger les données personnelles de l’indexation automatique par les moteurs de recherche” **est une remise en question de leur cœur de métier.**

Dans le même temps, le G29 qui regroupe les CNIL européennes, estime que la durée de conservation des données personnelles par les moteurs de recherche ne devrait pas dépasser 6 mois. Google maintient cette durée à 9 mois.

On le voit à travers cette rapide présentation, le code de bonne conduite et l’idée d’un droit à l’oubli numérique **restent, pour l’essentiel, un vœu pieux** et les moteurs de recherche vont continuer à examiner à la loupe les traces que laissent, parfois à leur insu, les différents surfer du net qui exposent, leurs goûts, leurs occupations, leurs comportements, bref, leurs vies à un écran anonyme... Au risque de se perdre à jamais dans la toile qui elle, sait nous retrouver aux moments les plus inopportuns.

### **Systèmes permettant de se prémunir des risques d’usurpation d’identité sur le web.**

- Une illustration en est donnée par l’arrêt du TGI du 24 novembre 2010 où une personne avait créée sur Facebook, un “profil” comportant le nom et les photographies d’un comédien célèbre. De nombreuses personnes ont cru être en présence de la page personnelle de l’artiste et s’y étaient présentées comme étant ses amis pour la vie. De ce fait de nombreuses informations personnelles et des photographies du comédien ont été diffusées à son insu.

Le comédien a demandé à obtenir une ordonnance enjoignant la société “Facebook” à lui communiquer des “données de nature à permettre l’identification” de la personne et la suspension de la représentation du profil litigieux. Le comédien a pu ainsi assigner au fond le propriétaire de l’ordinateur identifié par l’adresse “IP” en faisant valoir que la mise en ligne d’un faux profil constituait un “avatar fictif qui parasite sa vie privée”. De plus les pages litigieuses ont violé son droit à l’image.

Deux questions étaient soumises au tribunal :

- 1) l’adresse IP permet-elle de prouver l’identité de l’auteur d’un contenu mis en ligne ?
- 2) la mise en ligne d’un faux profil sur Facebook constitue-t-elle une atteinte au droit au respect à la vie privée et au droit à l’image ?

Le Tribunal a répondu favorablement à ces deux questions en rappelant notamment que “toute personne quelle que soit sa notoriété, a droit, en application de l’article 9 du Code civil, au respect de sa vie privée et est **fondée à en obtenir la protection en se fixant elle-même les limites de ce qui peut être divulgué à ce sujet.** Toute personne dispose également, en vertu du même texte, d’un droit exclusif qui lui permet de s’opposer à la reproduction de son image, sans son consentement préalable”.

Cette décision va dans le même sens que celle rendue, par le même tribunal, le 13 avril 2010, qui avait qualifié Facebook de prestataire technique au sens de l’article 6 de la Loi sur l’économie numérique (LCEN).

Ces affaires devraient sensibiliser le commun des mortels aux risques que constitue l’usurpation d’identité à l’heure du numérique.

Cette usurpation d’identité a été reconnue par le législateur à travers l’adoption de la loi LOPPSI 2 (pour partielle qu’elle soit du fait de la décision du Conseil constitutionnel qui a invalidé une bonne

partie de la loi) qui a consacré le **délit d'usurpation d'identité en ligne**. Ce nouveau délit est codifié à l'article 226-4-1 du Code pénal relatif aux atteintes à la personnalité et plus particulièrement à la vie privée. Un délit très (trop) large qui pourrait sagement être remis en cause ... par les sages !

### **J'y suis, donc j'existe ... ?**

Tout ce que l'on peut trouver sur nous en cherchant sur internet et notamment nos données personnelles, les informations que nous mettons à disposition de tous sur les réseaux sociaux ou sur nos blogs et dont nous sommes si fiers ... et tout ce qui y a été mis à notre insu peut amener à un portrait de nous bien éloigné de notre réalité.

Selon Symantec, l'éditeurs de logiciels antivirus qui a mené une enquête sur 1000 personnes dans chacun des quatre pays suivants: Etats-Unis, Angleterre, France et Allemagne, 47% des Français pensent que les informations les concernant sont disponibles en ligne alors que les Américains sont 81% à le penser. Les Anglais 65% et les Allemands 74%.

Les Français heureux béats de l'outil internet, croient qu'on ne peut trouver en ligne que les informations concernant leur sexe (67%), leur code postal (60%) et leur date de naissance (57%). Les Américains sont nombreux à penser que l'on peut aussi trouver en ligne leurs opinions politiques (22%) et religieuses (22%). Or, rappelle l'étude, il faut savoir qu'en ligne on retrouve ce que vous dites sur vous mais aussi ce que les autres disent de vous. Vigilance donc sur l'usine à ragots mondial !

Pierre EMAILLE en collaboration avec Patrice LAUME pour le cabinet EMAILLE [www.cabinet-emaille.com](http://www.cabinet-emaille.com).