

## Études d'impacts sur la vie privée : la méthode de la CNIL

Selon l'article 34 de la Loi Informatique et Libertés, les responsables de traitement doivent prendre « toutes précautions utiles » pour préserver la sécurité des données personnelles. Afin d'aider ces responsables à mieux identifier les risques générés par leurs traitements de données, la CNIL a publié le 2 juillet deux guides méthodologiques, visibles sur son site Internet.

## Liberté d'expression des salariés et Internet

Un salarié avait critiqué le motif de licenciement d'un collègue de travail dans un article publié sur un site web. Par un arrêt du 6 mai 2015, la Cour de Cassation a estimé que « le fait pour un salarié de s'interroger (...) sur le licenciement de l'un de ses collègues, sans que les propos incriminés soient injurieux ou vexatoires, n'excédait pas les limites de la liberté d'expression ». Selon l'article L1121-1 du Code du travail, les salariés bénéficient de la liberté d'expression, sous réserve que son exercice ne constitue pas un abus de droit.

## Validité d'une clause attributive de compétence dans des CGV acceptées en ligne

Dans le cadre de ventes entre professionnels conclues sur Internet, la Cour de justice de l'Union européenne a considéré dans un arrêt du 21 mai 2015 que la technique d'acceptation par « clic » des conditions générales d'un contrat de vente conclu par voie électronique, qui contiennent une clause attributive de juridiction, permet de consigner cette convention durablement et satisfait aux exigences en matière de transmission par voie électronique.

# Maîtriser l'e-réputation de son entreprise

## LES FAITS

*Comme le soulignait déjà Henry Ford, « l'une des choses les plus importantes n'apparaît pas au bilan de l'entreprise : sa réputation ». Cet actif stratégique, mais fragile est exposé aujourd'hui plus encore qu'hier par le Web 2.0 et l'Internet.*

## LA PRÉVENTION DES RISQUES

L'entreprise doit donc mettre en place une véritable politique transverse de gestion de sa e-réputation impliquant une grande partie des services. Protéger sa marque, tout d'abord, en procédant à son dépôt auprès de l'INPI, permettant ainsi d'engager des actions en contrefaçon en cas de reproduction de celle-ci sans autorisation. Encadrer précisément avec les partenaires de l'entreprise l'usage qui pourrait être fait de ladite marque ainsi que la confidentialité des informations échangées lors de l'exécution du contrat, afin d'empêcher toute divulgation nuisible.

Sensibiliser le personnel de l'entreprise autour de règles de bonne conduite et encadrer l'utilisation de l'Internet. L'entreprise doit notamment prévoir les modalités d'utilisation des réseaux sociaux dans sa charte informatique, explicitant, que ce soit dans le cadre d'un usage professionnel ou privé, les droits et les devoirs du salarié.

## LA DÉFENSE EN CAS D'ATTEINTE

La politique de gestion de l'image de l'entreprise doit également passer par la mise en place d'une veille numérique afin de détecter rapidement les informations négatives véhiculées. Il existe trois types de risques sur l'Internet : les atteintes relatives à l'information (avis négatifs, dénigrement, diffamation, injure), celles touchant à l'identité même de l'entreprise et son image (marque, logo busting, usurpation, dénomination sociale) et les atteintes dites d'ordre technique comme le cybergripping, le piratage de site, le hameçonnage, le cybersquatting, le

M<sup>e</sup> PIERRE-RANDOLPH DUBAU

• AVOCAT À LA COUR  
Fondateur de la  
SELAS PRD avocats

flog, le splog, etc. Avant d'engager toute action, il convient d'une part de se ménager la preuve de l'atteinte par le biais d'un constat d'huissier, la seule impression des pages web incriminées étant insuffisante, et d'autre part, de procéder à la notification du contenu jugé illicite à l'hébergeur aux fins de retrait, en application de la loi LCEN du 21 juin 2004. En l'absence de réaction, des actions judiciaires pourront être alors envisagées, selon l'atteinte, sur le fondement de la loi sur la presse de 1881 qui réprime les infractions d'injure et de diffamation, de la loi Informatique et Libertés du 6 Janvier 1978 (droit de suppression et d'opposition), du droit commun de la responsabilité civile (article 1382 du Code civil), du droit de la propriété intellectuelle ou du Code pénal, en cas d'usurpation d'identité numérique. À noter que l'Afnor a annoncé récemment la création d'un comité ISO sur l'e-réputation des entreprises et des administrations aux fins de création d'une norme internationale destinée à protéger la réputation en ligne. ∞

## CE QU'IL FAUT RETENIR

L'e-réputation fait partie intégrante du périmètre de la gestion des risques au sein de l'entreprise. Au-delà des outils de gestion et de contrôle, il convient d'appréhender également le risque juridique de la réputation en ligne par des actions préventives tout en n'hésitant pas de recourir, suivant le type d'atteinte subie, à l'arsenal d'actions rectificatives amiables ou judiciaires.