



Apprendre à oser®

The Facebook logo, consisting of the word 'facebook' in white, lowercase, sans-serif font on a dark blue rectangular background.

## Le droit @ l'heure des réseaux sociaux

The Twitter logo, featuring the word 'twitter' in a light blue, lowercase, sans-serif font with a white outline.

Mémoire de recherche sous la direction de Marie Serna,  
Professeur à HEC Paris

The Viadeo logo, featuring the word 'viadeo' in a black, lowercase, sans-serif font, with a stylized orange leaf icon to the right of the 'o'.

The LinkedIn logo, featuring the word 'Linked' in a bold, black, sans-serif font, followed by a blue square containing the white lowercase letters 'in'.

Marine de Montecler

HEC Paris - 2011

Majeure Stratégie fiscale et juridique internationale

## Table des matières

<b>Introduction .....</b>	<b>4</b>
<b>I. Nature juridique des réseaux sociaux .....</b>	<b>8</b>
A. Les réseaux sociaux : diversité de formes et de comparables	12
1) La diversité des réseaux sociaux .....	12
(a) Des objectifs divers .....	13
(b) Des formes diverses.....	14
2) La diversité des comparables.....	15
(a) Des comparables sur des supports classiques .....	15
(b) Des comparables sur des supports électroniques.....	19
B. Les réseaux sociaux : OVNI juridiques.....	23
1) Le régime juridique déduit de l'analyse des comparables .....	24
(a) Application de la LCEN et de la loi « Informatique et liberté ». 24	
(b) Application de la loi du 29 juillet 1881 .....	26
2) Détermination des spécificités de cette catégorie juridique sui generis 26	
(a) Une comparabilité relative.....	27
(b) Une catégorie juridique sui generis .....	28
<b>II. Problématiques juridiques liées aux réseaux sociaux.....</b>	<b>29</b>
A. Les problématiques liées aux droits de la personnalité .....	29
1) Le respect de la vie privée .....	30
(a) Le droit à l'image .....	34
(b) Le droit à l'oubli .....	37
2) La liberté d'expression .....	41
(a) Le droit d'auteur .....	42
(b) Les limites de la liberté d'expression.....	47
B. Les autres problématiques juridiques.....	50
1) Réseaux sociaux et droit social.....	50
(a) Liberté d'expression des salariés .....	50
(b) La question de la preuve .....	52
2) Réseaux sociaux et droit international.....	56

(a) Les clauses internationales .....	57
(b) Des conflits de loi .....	59
<b>Conclusion .....</b>	<b>62</b>
<b>Bibliographie .....</b>	<b>64</b>
<b>Annexe A : Les conditions générales de Facebook .....</b>	<b>66</b>
<b>Annexe B : Les conditions générales de Twitter .....</b>	<b>67</b>
<b>Annexe C : Avis du G29 sur les réseaux sociaux en ligne.....</b>	<b>68</b>
<b>Annexe D : Décision du Conseil de prud'hommes de Boulogne-Billancourt.....</b>	<b>69</b>

## Introduction

« *Voulez-vous compter vos amis ? Empruntez-leur de l'argent* » disait Alexandre Dumas. Aujourd'hui, grâce aux réseaux sociaux, il n'est plus nécessaire d'en arriver là, tous nos amis sont « listés » et triés par nos soins, pour nous assurer que nous partageons certaines informations avec les uns et d'autres avec les autres. Mais comment en sommes-nous arrivés là ?

Comme nous avons récemment pu le voir grâce au film « *The Social Network* » tout a commencé en 2004 quand des étudiants américains ont imaginé un site internet permettant à chaque utilisateur de se créer un « profil », c'est-à-dire une page personnelle sur laquelle il décrit ses activités, ses centres d'intérêt, son parcours, sur laquelle il peut « poster » des photos, des vidéos et surtout, grâce à laquelle il peut entrer en contact avec les « profils » de ses amis également inscrits sur le site. Ensemble ils peuvent organiser des « événements » ou créer des groupes auxquels d'autres pourront se joindre par l'intermédiaire du site. Il existe aussi des systèmes de messagerie permettant aux « amis » de communiquer entre eux : la messagerie personnelle qui est une messagerie électronique traditionnelle, le « mur » qui permet de laisser un message « public » à la personne concernée, celui-ci pouvant être lu par tous ses amis, et enfin, la messagerie instantanée qui permet aux utilisateurs de converser par l'intermédiaire d'une messagerie électronique type « MSN ». Ce site internet, dont l'histoire de la création a fait l'objet du film, c'est bien évidemment « Facebook ». Toutefois, il faut noter que, bien qu'il soit en France et dans le monde le premier réseau social en nombre d'utilisateurs, il est loin d'être le seul site internet de ce type dit « web 2.0 ». En effet, de nombreux autres réseaux se sont développés sur le même principe, plus ou moins à la même période, et, chacun avec ses spécificités. Ainsi, Twitter a inventé le principe du « microblogging », ces messages courts que l'on publie régulièrement et qui peuvent être lus par toutes les personnes qui y sont « abonnés ». Viadéo et

Linkedin ont, quant à eux, démontré l'intérêt professionnel que pouvait avoir de tels réseaux. Enfin, pour ne citer que les plus importants, Myspace a cherché à se distinguer de Facebook en se donnant une vocation plus « artistique », les artistes, professionnels ou amateurs peuvent y publier leurs œuvres qu'elles soient picturales, audiovisuelles ou musicales.

Ce phénomène semblait être une mode passagère quand il ne touchait que les étudiants des grandes universités du monde entier, mais aujourd'hui, force est de constater qu'il est entré dans les mœurs. Certes, ces réseaux attirent particulièrement les jeunes<sup>1</sup> mais le succès des réseaux dits « professionnels » comme LinkedIn ou Viadeo prouve que les réseaux sociaux se sont démocratisés et touchent aujourd'hui un public très large, aussi bien en termes de classe d'âge, que de niveau social<sup>2</sup>. Et les chiffres parlent d'eux-mêmes : Twitter a 160 millions de membres actifs<sup>3</sup> dans le monde, LinkedIn, 85 millions, Viadeo, 35 millions et Facebook 550 millions dont 19 millions en France<sup>4</sup>. La moitié des utilisateurs de Facebook s'y connecte tous les jours. Et 65 % des membres de Facebook ont plus de 35 ans<sup>5</sup>. Si Facebook était un pays il serait le troisième le plus « peuplé » au monde devant les Etats-Unis et même devant l'Union Européenne.

Au cours de notre étude nous évoquerons souvent le cas de Facebook, même s'il n'est pas le seul réseau visé, il est, à notre sens, le plus emblématique, non seulement par l'ampleur de sa communauté mais aussi par son fonctionnement même, qui, selon nous, offre le plus

---

<sup>1</sup> Une récente étude a constaté que 77 % des 13-16 ans et 38 % des 9-12 ans ont un profil sur un réseau social dans l'Union Européenne

<sup>2</sup> Des études américaines ont d'ailleurs montré que les différents réseaux sociaux sont aussi spécialisés par « niveau social » : ainsi, Twitter serait particulièrement utilisé par les personnes les plus aisées tandis que Myspace serait privilégié par les utilisateurs les moins aisés.

<sup>3</sup> Un membre actif est une personne inscrite sur le site qui s'est connectée dans les 30 derniers jours

<sup>4</sup> La France est le 5<sup>ème</sup> pays avec le plus de membre sur Facebook

<sup>5</sup> Source : google ad planner

grand nombre de fonctionnalités aujourd'hui disponibles. En effet, en plus de la possibilité de publier un « statut » qui rappelle la fonctionnalité de microblogging type Twitter ou le « profil » descriptif de type LinkedIn ou Viadeo, on peut y télécharger des photos, créer des groupes, des événements, « chatter »...

L'ampleur du phénomène n'est donc plus à démontrer, et rare sont les spécialistes qui pensent toujours que cette « mode » sera éphémère. Ces réseaux sont devenus le quotidien de millions de personnes dans le monde et leur présence sur les « smartphones » accroît encore leur portée.

Comme tout phénomène nouveau, ces réseaux posent beaucoup de questions, aussi bien sur le plan sociologique qu'économique. Les relations nouées sur ces réseaux sont-elles « saines » ? Ces réseaux sont-ils le reflet de nos « classes sociales » ou bien sont-ils au contraire un moyen de rendre toutes nos relations plus « horizontales » ? La valorisation que l'on donne à ces entreprises est-elle justifiée ou est-ce une nouvelle bulle spéculative ? Ces réseaux peuvent-ils apporter une réelle valeur ajoutée à nos entreprises ? Comment peuvent-ils survivre et espérer faire du profit alors que l'inscription est, en général, gratuite ? Toutes ces questions font déjà et continueront probablement à faire l'objet de nombreux articles et livres d'économistes et sociologues.

De notre côté, nous allons traiter un type de problématique qui commence seulement à émerger plusieurs années après la création de ces réseaux : les problématiques juridiques. En effet, comme tout nouveau phénomène ces réseaux doivent être appréhendés par le droit. Pour cela, la première difficulté est de définir leur nature juridique et ensuite il faut voir quels sont les domaines du droit qui sont concernés par ce phénomène. A cet égard, il faut constater que, par leur universalité, ces réseaux posent des questions dans de nombreux domaines du droit aussi distincts que le droit de la propriété intellectuelle, le droit social, ou encore le droit de la personnalité.

Ainsi, un utilisateur d'un réseau social qui publie une œuvre doit le faire dans le respect des règles décrites dans le code de la propriété intellectuelle, et s'il publie une photo, il doit respecter le droit à l'image de la personne photographiée. Un salarié qui se connecte sur Facebook pendant son temps de travail doit veiller à ne pas enfreindre les limites que le droit du travail a données à sa liberté mais à l'inverse l'employeur ne doit pas porter atteinte à sa vie privée. Enfin, du fait de la globalisation de ces réseaux, toutes ces problématiques juridiques doivent être posées en lien avec le droit international qui permet de déterminer quel droit est applicable au litige.

Ces questions sont encore nouvelles car très peu d'affaires ont été jugées aujourd'hui, et la doctrine est encore assez peu développée sur le sujet. Mais beaucoup de cas sont pendants devant les tribunaux et il y a fort à parier que dans les années à venir la jurisprudence et la doctrine se développeront sur le sujet, d'ici-là, on ne peut que tenter de soulever les problématiques et chercher si des réponses existent déjà en droit positif, c'est l'objet de ce mémoire.

Pour comprendre les problèmes juridiques posés par les réseaux sociaux (II), il faut tout d'abord comprendre ce dont il s'agit et tenter de déterminer leur nature juridique (I).

## I. Nature juridique des réseaux sociaux

Le Comité économique et social européen<sup>6</sup> définit les réseaux sociaux comme « *des services en ligne qui ont pour but de créer et de relier entre eux des groupes de personnes partageant des activités ou des intérêts communs ou souhaitant simplement connaître les préférences et les activités d'autres personnes, et qui mettent à leur disposition un ensemble de fonctionnalités permettant une interaction entre les utilisateurs* ». Cette définition, qui est probablement critiquable, nous donne une idée relativement claire du service que proposent les réseaux sociaux. Mais au-delà de cette définition pratique, il est difficile de qualifier juridiquement un réseau social. Tout d'abord, selon nous, il faut distinguer le réseau, qui est, en quelque sorte, le service rendu, de l'entreprise, qui est le prestataire de ce service. Ainsi, quand on parle de Facebook, par exemple, on peut vouloir parler du réseau lui-même, dont l'adresse est : [www.facebook.com](http://www.facebook.com), ou de la société Facebook (Facebook, Inc.) dont le siège social se trouve à Palo Alto en Californie et qui est dirigée par Mark Zuckerberg.

Or, ce qui nous intéresse dans le cadre de ce mémoire ce sont les réseaux sociaux, eux-mêmes, et non la société qui les contrôle même si, bien évidemment, on ne peut évoquer l'un sans évoquer l'autre. Et, quand nous envisagerons la question du droit de la responsabilité, c'est bien la société exploitant le réseau qui est concernée. Mais, quand nous évoquons la difficulté à qualifier juridiquement un réseau social, nous envisageons bien le réseau lui-même, et non la société qui l'exploite. En effet, qualifier juridiquement la société qui exploite un réseau social ne pose pas de grande difficulté. Si nous prenons de nouveau l'exemple de Facebook, Inc. : il s'agit

---

<sup>6</sup> Avis du CESE sur « L'impact des réseaux de socialisation et leur interaction dans le domaine du citoyen/consommateur » JO 18 mai 2010 n° C 128 p. 69



d'une société américaine non cotée, « incorporée » dans l'Etat de Californie. Pour ce qui de son statut, une décision du Tribunal de grande instance de Paris<sup>7</sup> a confirmé ce que beaucoup d'auteurs avaient présagé, à savoir que Facebook a la qualité de prestataire technique de service de communication au public en ligne assimilable à un hébergeur.

En effet, la loi n°2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN), prise à la suite de la directive « commerce électronique »<sup>8</sup>, fait la distinction au sein des services de communications au public en ligne entre les hébergeurs et les éditeurs. Les hébergeurs sont définis à l'article 6 2° comme « *les personnes physiques ou morales qui assurent, même à titre gratuit, pour mise à disposition du public par des services de communication au public en ligne, le stockage de signaux, d'écrits, d'images, de sons ou de message de toute nature fournis par des destinataires de ces services* ». Tandis que les éditeurs peuvent être déterminés comme « *les prestataires qui ont le pouvoir de déterminer les contenus mis à la disposition du public* »<sup>9</sup>. Ainsi, la distinction vient de la capacité du prestataire à agir sur les contenus mis en ligne. L'intérêt de cette distinction est le régime spécial de responsabilité que la loi a créé pour les hébergeurs. L'article 6 3° de la LCEN dispose que les hébergeurs « *ne peuvent voir leur responsabilité pénale engagée à raison des informations stockées à la demande d'un destinataire de ces services si [ils] n'avaient pas effectivement connaissance de l'activité ou de l'information illicites ou si, dès le moment où [ils] en ont eu connaissance, [ils] ont agi promptement pour retirer ces informations ou en rendre l'accès impossible* ». A la lecture de cet article, on comprend pour quoi il était crucial pour les entreprises de réseaux sociaux d'obtenir la qualification d' « hébergeurs », leur régime de

---

<sup>7</sup> TGI Paris 20 avril 2010, RLDI 2010/61 n°2019

<sup>8</sup> Directive n° 2000/31/CE du 8 juin 2000

<sup>9</sup> J. Couard, *Facebook est un prestataire technique de services de communication au public en ligne assimilable à un hébergeur de sites*, RLDI 2010/64

responsabilité est, en effet, bien moins contraignant que s'ils avaient la qualification d'éditeurs de contenus. L'idée est, ici, que les hébergeurs ne peuvent pas, *a priori*, avoir connaissance du caractère éventuellement illicite des contenus que leurs utilisateurs, les éditeurs, mettent en ligne. Et, le législateur a reconnu qu'il leur était impossible de contrôler tous les contenus avant la mise en ligne. Par conséquent, il a été décidé de ne pas les décharger complètement de toute responsabilité, mais de limiter cette responsabilité aux cas où ils avaient connaissance du caractère illicite d'un contenu et n'ont pas agi suffisamment rapidement pour le retirer. La qualification de Facebook en tant que « hébergeur » n'est pas vraiment surprenante, puisque, il ne fait aucun doute que la société correspond à la définition susmentionnée, elle n'en est pas moins rassurante après un certain flou jurisprudentiel sur la question.

En effet, dans un arrêt du 14 janvier 2010<sup>10</sup>, la Cour de cassation semait le doute en qualifiant d'éditeur la société Tiscali Média du fait de l'exploitation commerciale du site concerné par la mise en place d'espaces publicitaires payant sur les pages personnelles des utilisateurs. Cet arrêt, a été largement critiqué<sup>11</sup> notamment, pour l'impact qu'il aurait pu avoir sur la qualification des réseaux sociaux. En effet, tous ces réseaux commercialisent de tels espaces publicitaires et certains auteurs s'étaient inquiétés de les voir, à la suite de cet arrêt, qualifiés d'éditeurs. En ce sens, l'arrêt du TGI de Paris est rassurant même si, s'agissant d'une juridiction largement inférieure à la Cour de cassation, l'avenir de la qualification d'hébergeur des réseaux sociaux demeure incertain. Mais il est vrai que, avant l'arrêt Tiscali, la jurisprudence avait qualifié des sociétés comme Youtube ou Dailymotion d'hébergeur<sup>12</sup>, et ce à plusieurs reprises, or, il paraît relativement surprenant de qualifier ces sociétés de partages de vidéos

---

<sup>10</sup> Cass. Civ. 1<sup>ère</sup> 14 janvier 2010, D. 2010, AJ 260, obs C. Manara

<sup>11</sup> L. Thoumyre, *Les notions d'éditeur et d'hébergeur dans l'économie numérique*, D. 2010, p. 837

<sup>12</sup> CA Paris 16 septembre 2009 Jurisdata n°2009-016552

d' « hébergeur » et les réseaux sociaux type « Facebook » d'éditeur, tant les similarités entre les deux sites sont importantes.

Nous noterons que si cette dernière jurisprudence est rassurante pour Facebook, elle est, en revanche, dangereuse pour les utilisateurs. En effet, si Facebook est l'hébergeur, cela signifie que les utilisateurs sont les seuls responsables des informations qu'ils publient sur le réseau et notamment sur leur page personnelle. Ils devront donc éventuellement répondre aux infractions qui pourraient y être commises notamment des infractions de presses qui pourraient entraîner la responsabilité pénale de l'utilisateur.

Enfin, cette décision nous amène naturellement à nous interroger sur la possibilité d'étendre la qualification d'hébergeur à tous les autres réseaux sociaux. Cette solution ferait sens, pourtant on ne doit pas oublier que la jurisprudence sur la question a pu être, dans certains cas, relativement stricte dans sa qualification<sup>13</sup> et même si elle semble s'être assouplie, on ne peut jamais être certains de la qualification avant que d'autres décisions dans ce sens soient prises concernant Twitter, LinkedIn ou encore Viadeo et avant que de telles décisions soient confirmées par la Cour.

Pour la suite, nous prendrons le parti de considérer les sociétés exploitant les différents réseaux sociaux comme des prestataires techniques de service de communication au public en ligne assimilable à des hébergeurs, tout en gardant à l'esprit que la jurisprudence sur la question n'est pas encore tout à fait stable. Cette qualification est très utile juridiquement car, comme nous l'avons vu, elle a pour conséquence l'application d'un régime de responsabilité particulièrement favorable pour ces sociétés. En revanche, si cette qualification s'applique aux sociétés exploitant un tel réseau, elle ne répond pas à notre question initiale, à savoir : quelle est la nature juridique du réseau lui-même ? C'est à cette question que nous allons tenter d'apporter des réponses, tout d'abord en comparant ces réseaux sociaux à des « objets juridiques » dont on connaît la nature et le

---

<sup>13</sup> Voir Cass. Civ. 1<sup>ère</sup> 14 janvier 2010 précité

régime (A), mais nous verrons, ensuite, que, même si cette comparaison nous permet de déterminer l'application d'un certain nombre de loi aux réseaux sociaux, aucun de ces comparables ne permet de comprendre toutes les problématiques juridiques posées par ceux-ci, qui sont donc aujourd'hui de vrais OVNI juridiques (B).

## **A. Les réseaux sociaux : diversité de formes et de comparables**

En l'absence de réglementation spécifique aux réseaux sociaux, pour déterminer quel régime juridique leur appliquer il faut déterminer leur nature juridique. Pour cela, nous allons tenter de les comparer à un certain nombre de d'objets dont on connaît la nature juridique et le régime, pour essayer de déterminer s'ils sont suffisamment similaires pour que l'on puisse appliquer leur régime aux réseaux sociaux (2). Mais pour réussir à déterminer nos « comparables » nous devons dans un premier temps analyser les différents réseaux sociaux dans leur diversité (1).

### **1) La diversité des réseaux sociaux**

Quand on commence à étudier les réseaux sociaux, on réalise qu'il est difficile de trouver une définition générale de ce qu'est un réseau social. La raison de cette difficulté est la très grande diversité de ces réseaux. Il existe des réseaux publics globaux mais aussi des réseaux internes à des entreprises ou encore à des écoles ou universités. Certains réseaux se veulent « professionnels » tandis que d'autres seraient plus « personnels ». Il existe des réseaux qui proposent des services très divers et gratuits tandis que d'autres sont payant et proposent un service très spécifique. Devant cette multiplicité, il semble parfois illusoire de chercher à appliquer les mêmes règles à tous ces « types » de réseaux. Pourtant, pour réussir à trouver une nature juridique commune à cet ensemble, nous devons tenter une classification. Nous proposons donc de « ranger » ces réseaux en fonction de deux critères qui nous semblent essentiels, tout d'abord

l'objectif poursuivi par le réseau (a) et ensuite la forme du réseau (b), autrement dit les services proposés.

### **(a) Des objectifs divers**

Le mot « réseau » vient du latin *rete* qui signifie « filet », un réseau est donc un ensemble de liens et de nœuds. Nos réseaux sociaux sont donc tous, avant tout, un ensemble de connexions entre des personnes qui, créé l'image d'un filet. Mais, on peut avoir de nombreuses raisons pour vouloir se « connecter » à autrui. Et les différents réseaux sociaux qui peuplent internet aujourd'hui répondent à ces différentes motivations qui peuvent amener deux êtres à vouloir entrer en relation.

Certains réseaux visent des relations purement amicales, c'est le cas, d'une certaine manière, de Twitter ou encore de Myspace. D'autres réseaux ont pour objectif de permettre à leurs membres de « trouver l'âme sœur », nous pensons ici, bien sûr à Meetic et tous les autres réseaux de rencontres. Il existe aussi des réseaux qui ont pour but de créer ou de maintenir des relations professionnelles avec des collègues, des clients ou des fournisseurs, nous envisageons ici le cas des réseaux tels LinkedIn ou Viadeo. Certains réseaux sont, pour leur part, spécialisés dans les « retrouvailles » entre amis d'enfance ou camarades de classe, nous pouvons ici citer copainsdavant ou encore trombi.com. Enfin, et sans prétendre à l'exhaustivité, certains réseaux sociaux, comme Facebook, par exemple, se veulent « généralistes » et permettent à leurs membres de créer tout type de relations. A cet égard, on peut noter que lors de l'inscription, ce site propose à ses nouveaux membres d'indiquer sur leur profil le type de relation qu'ils cherchent (amitié, relations sentimentale...).

D'autre part, l'objectif poursuivi par l'utilisateur d'un réseau social peut être de se connecter à un nombre potentiellement illimité de personnes, c'est le cas lors de l'inscription sur l'un des grands réseaux précités, mais il ne faut pas non plus négliger l'essor des réseaux « privés ». Il existe, en effet, de plus en plus d'entreprises ou d'universités qui créent des réseaux sociaux auxquels seuls les

employés ou les étudiants peuvent accéder. Ces réseaux peuvent être extrêmement utiles pour créer un sentiment d'appartenance, une culture d'entreprise ou un « esprit de promo ».

Nous constatons ainsi la très grande diversité des objectifs poursuivis par les différents réseaux sociaux.

### **(b) Des formes diverses**

Cette diversité des objectifs poursuivis par les réseaux est, bien évidemment reflétée dans les différentes formes que les réseaux sociaux peuvent prendre. En effet, on ne peut que constater les différences dans les services proposés par les réseaux.

Certains, comme Twitter, se contentent de permettre à leurs membres de publier des messages courts visibles par tous leurs abonnés. D'autres, comme LinkedIn, vous permettent de détailler sur votre profil votre formation et votre expérience professionnelle. Certains réseaux, comme copainsdavant ou Myspace vous permettent de partager avec vos « amis » des albums photos ou encore des vidéos. La plupart de ces réseaux ont un système de messagerie personnelle type « email », permettant à l'utilisateur de communiquer avec ses contacts de manière privée. Mais il existe aussi sur certains réseaux comme Myspace, Facebook ou encore Twitter, la possibilité d'envoyer un message sur la page personnelle de l'utilisateur, ce message étant donc visible par tous les « amis » de celui-ci. Beaucoup de réseaux comme LinkedIn, copainsdavant ou Facebook permettent à leurs utilisateurs de créer des groupes virtuels en fonction de leurs intérêts ou de leurs opinions. Certains réseaux proposent des jeux en ligne auxquels les utilisateurs peuvent jouer seuls ou à plusieurs, c'est le cas de Facebook ou encore de copainsdavant. Enfin, certains réseaux proposent à leur membres d'écrire et de publier des articles et des notes sur les sujets qui les intéressent, c'est le cas, ici encore de copainsdavant et de Facebook. De nouveau, nous ne prétendons pas être exhaustifs car cette liste pourrait continuer de manière quasi infinie tant les réseaux proposent de fonctionnalités et compte tenu du fait qu'ils proposent tous, régulièrement, de nouvelles applications. Nous

retiendrons simplement que les services proposés par les différents réseaux sont extrêmement variés ce qui explique, notamment, la difficulté à trouver un régime juridique qui serait applicable à tous les réseaux. En effet, d'un réseau à l'autre, les problématiques peuvent être très différentes. Nous noterons, tout de même, que le réseau Facebook, par la très grande variété des services qu'il propose et du fait de sa volonté de rester un réseau « généraliste » concentre, probablement, la plupart des problèmes juridiques que l'on peut trouver sur les différents réseaux. C'est la raison pour laquelle, nous nous référerons régulièrement à ce réseau en particulier, dans nos développements à venir.

## **2) La diversité des comparables**

Pour notre tentative de qualification juridique des réseaux sociaux, face aux difficultés posées par la diversité de formes et d'objectifs évoquée précédemment, nous avons décidé de procéder par une approche comparative. Au vu des différentes caractéristiques des réseaux sociaux que nous avons mentionnées précédemment, nous avons établie une liste de « comparables » qui nous semblent pertinents pour tenter de déterminer la nature juridique des réseaux sociaux. Certains de ces comparables impliquent, comme les réseaux sociaux, une connexion à internet (b) mais nous allons aussi comparer les réseaux sociaux à des « objets » qui ne sont pas nécessairement sur internet (a).

### ***(a) Des comparables sur des supports classiques***

Pour déterminer le régime juridique applicable aux réseaux sociaux, nous allons les comparer, dans un premier temps à des éléments dont le support est plus traditionnel tels que les journaux intimes et la presse écrite.

Le premier élément auquel on peut comparer un réseau social est le journal intime. En effet, mise à part la publication sur internet, on

voit de nombreuses similitudes entre la page personnelle d'un utilisateur de réseau social et un journal intime. Si on reprend la définition de l'encyclopédie Larousse du journal intime, on lit que « *Le journal intime note, suivant un rythme et à une fréquence variables, des événements extérieurs, des états d'âme ou des réflexions morales* ». Tous les réseaux sociaux ne répondent pas à cette définition, mais il est vrai que les pages personnelles des utilisateurs de réseaux sociaux comme Twitter ou encore Facebook, peuvent, en fonction de l'utilisation qui en est faite, répondre à cette définition. Dès lors, il faut se demander si on doit leur appliquer le régime que l'on réserve aux journaux intimes.

Pour ces derniers, le problème principal est celui de savoir si on peut les utiliser comme preuve. A cet égard, bien qu'ils n'aient pas de destinataire désigné, les journaux intimes sont considérés par la jurisprudence comme des lettres confidentielles<sup>14</sup>, ils sont donc théoriquement protégés par le secret des correspondances. Néanmoins, l'article 259 du Code civil issu de la loi du 26 mai 2004 dispose que « *Les faits invoqués en tant que causes de divorce ou comme défenses à une demande peuvent être établis par tout mode de preuve, y compris l'aveu* ». Cet article confirme ainsi la jurisprudence<sup>15</sup> selon laquelle le journal intime peut constituer un élément de preuve dont la valeur est appréciée souverainement par les juges du fond à condition que la preuve qu'il a été obtenu frauduleusement n'ait pas été apportée. Et le fait que le journal intime soit écrit sur un support informatique ne modifie pas cette solution<sup>16</sup>. La question s'était également posée de savoir si les règles du droit d'auteur sur l'exclusivité du droit de divulgation d'une œuvre et sur la nécessité du consentement de l'auteur pour sa reproduction ne s'opposaient pas à la production d'un journal intime comme preuve. A cet égard, après une

---

<sup>14</sup> Cass. Civ. 2<sup>e</sup> 30 octobre 1957

<sup>15</sup> Cass. Civ 2<sup>e</sup> 6 mai 1999, n° 97-12.437

<sup>16</sup> JCL civil Code, art. 259 à 259-3 Fasc 50, n°105



certaine hésitation sur le sujet<sup>17</sup>, le législateur a introduit l'article L 331-4 dans le code de la propriété intellectuelle qui dispose que « *Les droits mentionnés dans la première partie du présent code ne peuvent faire échec aux actes nécessaires à l'accomplissement d'une procédure parlementaire de contrôle, juridictionnelle ou administrative prévue par la loi, ou entrepris à des fins de sécurité publique* ». C'est sur ce texte que se sont fondés les juges pour autoriser la production d'un journal intime dans une procédure de divorce.<sup>18</sup> Est-ce que cette solution doit être transposée à la page personnelle d'un utilisateur de réseau social ? Il semble que l'on doive répondre par l'affirmative au vu de la jurisprudence récente qui semble accepter une telle preuve<sup>19</sup>.

Ainsi, on peut appliquer, dans une certaine mesure, le régime juridique du journal intime aux réseaux sociaux. Tentons, maintenant, de faire la même comparaison avec la presse écrite. Peut-on comparer la page personnelle d'un individu sur un réseau social à un journal traditionnel ? La presse est soumise à un régime particulier consacré notamment par loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse et par la loi n° 86-897 du 1er août 1986 portant réforme du régime juridique de la presse. Nous n'entrerons pas dans les détails du régime juridique de la presse car ce n'est pas notre sujet. G Cornu définit la presse comme « l'ensemble des moyens d'information quel qu'en soit le mode d'expression »<sup>20</sup>. Cette définition, extrêmement large recouvre beaucoup d'activités. Peut-on envisager pour autant les réseaux sociaux comme des organes de presse ?

Il est vrai que, comme nous l'avons vu précédemment, l'utilisateur a le statut d'éditeur et il publie régulièrement des photos, des vidéos, des commentaires voir parfois des notes. Cette publication

---

<sup>17</sup> Cass. Civ. 1<sup>ère</sup> 25 février 1997

<sup>18</sup> CA Paris 4 avril 2001 Jurisdata n° 2001-141368

<sup>19</sup> E. Albou, *Les modes de preuve électronique dans la procédure de divorce ou de séparation*, AJ Famille 2009, p.344 et CA Paris Pôle 3, Ch3, 18 juin 2009, 08/13289 ; CA Paris Pôle 3, Ch3, 23 septembre 2010, 09/02034

<sup>20</sup> G. Cornu, *Vocabulaire juridique*, 8<sup>e</sup> édition, p. 713

est, en générale, limitée à ces « amis » voire « à ces amis et à leurs amis ». Mais, il est vrai qu'à l'intérieur de ce cercle, qui peut être plus ou moins limité, chaque utilisateur agit comme un journaliste qui reçoit des informations de ses sources et des agences de presses et les publient. On pourrait, dès lors, concevoir un réseau social comme Facebook ou Twitter comme un organe de presse où tous les utilisateurs seraient des journalistes qui s'échangeraient des informations entre eux.

Le problème de cette comparaison réside dans la notion de « publication ». En effet, le chapitre IV de la loi sur la liberté de la presse s'intitule « *des crimes et délits commis par la voie de la presse ou par tout autre moyen de publication* ». On en déduit que le régime juridique de la presse ne s'applique pas uniquement à la presse au sens strict mais à « tout moyen de publication ». La difficulté résulte, ici, du fait que comme le constatait le professeur Derieux, « *la notion de publication est des plus incertaines en droit* »<sup>21</sup>. La loi 86-897 du 1<sup>er</sup> août 1986 définit la publication de presse comme « *tout service utilisant un mode écrit de diffusion de la pensée mis à la disposition du public en général ou de catégories de publics et paraissant à intervalles réguliers* »<sup>22</sup>. Cette définition est particulièrement intéressante dans notre cas, car une « publication » par un utilisateur sur un réseau social, à condition qu'il s'agisse d'un utilisateur régulier, répond parfaitement à cette définition. Ainsi, un « tweet », message court publié sur le réseau Twitter, constitue bien « un mode écrit de diffusion de la pensée » qui est « *mis à la disposition* » d'une « *catégorie de public* », les abonnés de l'utilisateur. Et, à condition que celui-ci « *tweette* » régulièrement, alors la dernière condition de parution régulière peut, semble-t-il être respectée. La question se pose de savoir si le fait de diffuser les informations uniquement à un cercle d' « amis »

---

<sup>21</sup> E.Derieux, *La notion de « publication »*. – *Les insupportables incertitudes du droit*, JCP G n° 49, 6 décembre 2010, 1195

<sup>22</sup> Loi n°86-897 du 1 août 1986 portant réforme du régime juridique de la presse, article 1<sup>er</sup>

exclut la qualification de « publication ». A cet égard, le professeur Derieux considère que « *au-delà d'un certain cercle, les « amis » des réseaux sociaux ne peuvent prétendre être unis par un lien personnel excluant la publication* »<sup>23</sup>. Ainsi, il semble que la diffusion d'un message sur un réseau social doive être considérée comme une publication, ce qui est d'ailleurs confirmé par la récente décision du Conseil de prud'hommes de Boulogne-Billancourt<sup>24</sup> que nous étudierons par la suite. Ainsi, la comparaison des réseaux sociaux avec la presse nous semble très pertinente et le régime spécial de la presse avec ses infractions spécifiques comme la diffamation ou encore l'injure publique s'appliquent, semble-t-il, aux réseaux sociaux.

### **(b) Des comparables sur des supports électroniques**

Après avoir étudié des éléments comparables aux réseaux sociaux qui n'avaient pas nécessairement pour support internet, comparons, maintenant les réseaux sociaux à des « objets » connus ayant un support électronique : le blog et les forums de discussion.

En quoi le blog est-il comparable aux réseaux sociaux ? Pour répondre à cette question, commençons par définir cette notion, il s'agit d' « *un site web, personnel ou non, présentant un contenu de textes et/ou d'images, s'affichant par ordre chronologique du plus récent au plus ancien, offrant la possibilité à toute personne de s'exprimer sur un sujet donné ou de son choix et à tous les lecteurs de répondre par des commentaires à l'instar de ce qu'il est possible de faire dans un forum de discussion* ». <sup>25</sup> A la lecture de cette définition, la tentation est grande d'inverser la question initiale et de s'interroger sur la différence entre le blog et la page personnel d'un utilisateur de réseau social. En effet, une telle page permet à son « propriétaire » de s'exprimer et à ses « amis »

---

<sup>23</sup> Voir note 21

<sup>24</sup> Cons. Prud'h. Boulogne-Billancourt, 19 novembre 2010, Jurisdata n° 2010-021303

<sup>25</sup> V. Nisato, JCL Régime juridique du blog, Fasc 4755, n°3.

de commenter ses publications qui apparaissent aussi de manière chronologique. Qu'est-ce qui distinguent, alors, ces pages personnelles d'un blog ? La réponse semble être leur nature : le blog est un site internet à part entière que le « blogueur » peut personnaliser autant qu'il le souhaite tandis que la page personnelle d'un utilisateur de réseau social comme Facebook est « une simple composante » de ce site internet pour reprendre l'expression de V. Nisato. Cette différence peut sembler minime, surtout quand on sait que l'un des plus grands réseaux sociaux, Twitter, est souvent qualifié de « site de microblogging ». Les deux qualifications peuvent-elles donc être cumulatives ? En l'absence de réglementation claire sur le sujet, il est difficile de répondre à cette question. En revanche, nous pouvons essayer de déterminer si le régime juridique applicable au blog nous semble applicable aux réseaux sociaux.

A cet égard, le blog relève du droit de la presse et donc de la loi du 29 juillet 1881 et de la loi pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN)<sup>26</sup>. Ainsi, le blog doit préciser l'identité de l'éditeur, de l'hébergeur et du directeur de la publication si l'éditeur est professionnel, comme cela est prévu à l'article 6 de la LCEN. En outre, le blog est soumis au régime de déclaration auprès de la CNIL prévu à l'article 22 de la loi « Informatique et liberté »<sup>27</sup> sauf s'il est édité par un particulier dans le cadre d'une activité exclusivement personnelle<sup>28</sup>. Or, comme nous l'avons vu précédemment, la LCEN et la loi du 29 juillet 1881 s'appliquent aux réseaux sociaux. On peut, en revanche, s'interroger sur l'application de l'obligation de déclaration à la CNIL aux réseaux sociaux. A cet égard, nous noterons que, théoriquement, cette disposition leur ait applicable, mais, à notre connaissance, seul le réseau LinkedIn a effectué les formalités de déclaration à la CNIL. Ainsi, le blog est très largement comparable à une page personnelle de

---

<sup>26</sup> Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004

<sup>27</sup> Loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés

<sup>28</sup> CNIL, délib. n° 2005-284, 22 novembre 2005

réseau social et le régime juridique applicable au blog semble, en grande partie, transposable aux réseaux sociaux.

Etudions, maintenant, le régime des forums de discussion et comparons ces forums aux réseaux sociaux. Un forum de discussion est « *un service permettant l'échange et la discussion sur un thème donné : chaque utilisateur peut lire à tout moment les interventions de tous les autres et apporter sa propre contribution sous forme d'articles* »<sup>29</sup>. Ici, encore, à la lecture de cette définition, on aperçoit immédiatement la similitude avec certains réseaux sociaux comme Facebook ou Twitter qui permettent à leurs utilisateurs de publier régulièrement des informations qui pourront, ensuite, être commentées par leurs contacts. La spécificité des forums de discussion tient donc, d'une part, au fait qu'ils sont, généralement, spécialisés sur un thème particulier, ce qui n'est pas le cas des réseaux sociaux où les utilisateurs peuvent s'exprimer, dans les limites imposées par la loi, sur tous les sujets. D'autre part, la particularité des forums de discussion se trouve dans les acteurs qui y interviennent : le commanditaire, le modérateur et l'animateur. Une même personne peut cumuler certaines de ces fonctions mais il est important de les distinguer du point de vue de la responsabilité. Le commanditaire est la personne qui prend l'initiative de créer un forum de discussion. Le modérateur, quant à lui est l'administrateur en charge de superviser les messages publiés. Enfin l'animateur est chargé de lancer et d'alimenter les discussions. Cette distinction entre les différents acteurs des forums de discussion est difficilement transposable aux réseaux sociaux qui ont un mode de fonctionnement relativement différent. Dans un réseau comme LinkedIn ou Copainsdavant, par exemple, on ne retrouve aucun des acteurs précités. Sur Facebook, on pourrait considérer que les administrateurs ont un rôle de modérateur mais on voit bien que le modèle s'applique mal aux réseaux sociaux.

---

<sup>29</sup> Commission générale de terminologie et de néologie : JO 16 mars 1999

La question de savoir si l'exploitant d'un forum de discussion peut bénéficier du régime de responsabilité propre aux « hébergeurs » prévu dans la LCEN demeure incertaine. Selon certains auteurs, il faudrait répondre par l'affirmative<sup>30</sup> même si, pour d'autres auteurs<sup>31</sup>, le principe de la modération, nécessaire au bon fonctionnement du forum, confère à cette activité un caractère éditorial. Selon le Forum des droits sur l'internet, il faut limiter les cas de responsabilité éditoriale aux exploitants de forums choisissant des thèmes ou sujets de discussion illicites ou incitant à tenir des propos illicites. Par ailleurs ces mêmes exploitants peuvent voir leur responsabilité engagée au visa de l'article 1383 du code civil, tandis que les auteurs peuvent être poursuivis sur la base de l'article 1382 du même code<sup>32</sup>. Enfin, les forums de discussion relèvent de la réglementation sur les infractions commises par voie de presse. Comme nous l'avons vu précédemment, on retrouve des débats similaires dans l'étude des réseaux sociaux concernant les problématiques liées à la responsabilité des différents acteurs. En revanche, en raison des différences de nature entre ces deux catégories, il n'est pas certain que toutes les solutions précitées valables pour les forums de discussions soient transposables à tous les réseaux sociaux.

Enfin, la question a été posée de la détermination du caractère public ou privé d'un forum de discussion. Cette question est problématique considérant que les communications électroniques sont considérées comme relevant de la sphère privée tandis que les pages web relèvent de la sphère publique. La jurisprudence<sup>33</sup> a choisi de distinguer les forums qui sélectionnent les participants *a priori* et les forums ouverts à tous ou dont l'administrateur s'autorise l'exclusion des

---

<sup>30</sup> C. Rojinsky, B. Tabaka, JCL Forums de discussion, Fasc 4750, n° 7

<sup>31</sup> J-P Hugot, *De nouvelles responsabilités sur l'internet : du vide au flou juridique*, Légipresse 2002, n°191, II, p.51

<sup>32</sup> TGI Lyon 28 mai 2002, Sté Père-noel.fr c/ M.F.M. et a Jurisdata n° 2002-199477

<sup>33</sup> TGI Paris ref. 5 juillet 2002 Jurisdata n°2002-192778, CA Paris 12 mars 2004

membres a *posteriori*, ces derniers relevant de la sphère publique tandis que les forums « sélectifs » sont considérés comme privés. Les régimes de responsabilité des exploitants de ces deux types de forums sont, dans certains cas, distincts. Cette question s'est également posée concernant les réseaux sociaux dans la mesure où, pour être membre, il faut s'inscrire préalablement certes, mais l'inscription est, généralement, gratuite et ouverte à tous. Nous verrons par la suite que la solution retenue concernant le caractère public ou privé des réseaux sociaux est relativement différente de celle qui a été choisie en matière de forums de discussion.

Cette comparaison des réseaux sociaux avec les journaux intimes, la presse, les blogs et les forums de discussion nous a permis de voir qu'un certain nombre de dispositions applicables à ces « objets » pourraient être applicables, dans certaines conditions, à certains réseaux sociaux. Pourtant, aucun de ces comparables ne permet réellement d'envisager tous les aspects des différents réseaux sociaux.

## **B. Les réseaux sociaux : OVNI juridiques**

Comme nous l'avons vu, les réseaux sociaux, bien que phénomène récent, empruntent beaucoup de caractéristiques à de nombreux « objets » aussi différents que la presse, le journal intime, le blog ou encore le forum de discussion. L'analyse de ces différents comparables nous permet de déduire l'application d'un certain régime juridique à ces réseaux sociaux (1). Mais, il faut nous rendre à l'évidence, que nos comparables ne sont pas parfaits et que de nombreuses zones d'ombre demeurent sur le régime de cette catégorie juridique *sui generis* (2).

## 1) Le régime juridique déduit de l'analyse des comparables

Si nous faisons une synthèse des différents régimes applicables à nos comparables et qui pourrait être étendus aux réseaux sociaux, on constate que ces sites internet entrent dans le champ d'application de la LCEN et de la loi « Informatique et Liberté » (a) et dans celui de la loi du 29 juillet 1881 (b).

### (a) *Application de la LCEN et de la loi « Informatique et liberté »*

L'article 1<sup>er</sup> de la loi 2004-575 pour la confiance dans l'économie numérique définit la communication au public en ligne comme « *toute transmission, sur demande individuelle, de données numériques n'ayant pas un caractère de correspondance privée, par un procédé de communication électronique permettant un échange réciproque d'informations entre l'émetteur et le récepteur* ». A la lecture de cet article, on constate immédiatement que la difficulté se trouve dans la définition de la notion de « correspondance privée ».

A cet égard, la LCEN ne donne pas de définition de ce concept mais on peut trouver une définition dans une circulaire de 1988<sup>34</sup> : « *il y a correspondance privée lorsque le message est exclusivement destiné à une (ou plusieurs) personne, physique ou morale, déterminée et individualisée* ». En revanche, il y a communication publique « *lorsque le message est destiné indifféremment au public en général ou à des catégories de public, c'est-à-dire un ensemble d'individu indifférenciés, sans que son contenu soit fonction de considérations fondées sur la personne* ». La grande majorité des échanges qui ont lieu sur les réseaux sociaux entrent directement dans le champ d'application de cette réglementation. En effet, à l'exception des messages envoyés à travers les systèmes de messagerie personnelle qui devraient probablement être considérés comme ayant le caractère de « correspondance privée », toutes les informations échangées sur les

---

<sup>34</sup> Circ. Intermin. 17 février 1988, JO 9 mars 1988



réseaux sociaux semblent répondre à cette définition. En effet, il semble que l'un des critères de distinction entre correspondance privée et publique soit fondé sur les caractéristiques du ou des destinataires, sans que leur nombre ne semble importer. Le deuxième critère nous apparaît, quant à lui, être fondé sur le contenu du message lui-même, ce qui n'est pas sans rappeler la jurisprudence concernant la « communauté d'intérêts » qui est analysée comme un critère permettant de déterminer le caractère « public » d'une diffusion en matière d'infractions de presse<sup>35</sup>. Ainsi, les échanges publiés sur les réseaux sociaux, à condition de ne pas répondre aux critères précités de « correspondance privée » relèvent de la LCEN. Or, à notre avis, en dehors des messages échangés à travers les services de messagerie personnelle généralement inclus dans les réseaux sociaux qui répondent aux critères de la correspondance privée, la vaste majorité des échanges sur les réseaux sociaux entrent dans le champ d'application de la LCEN.

L'article 2 de la loi « informatique et liberté »<sup>36</sup> limite le champ d'application de cette loi au traitement des données à caractère personnel défini comme « *toute opération ou tout ensemble d'opérations portant sur de telles données, quel que soit le procédé utilisé, et notamment la collecte, l'enregistrement, l'organisation, la conservation, l'adaptation ou la modification, l'extraction, la consultation, l'utilisation, la communication par transmission, diffusion ou toute autre forme de mise à disposition, le rapprochement ou l'interconnexion, ainsi que le verrouillage, l'effacement ou la destruction* ». Or, comme nous l'avons vu précédemment, les réseaux sociaux fonctionnent sur le principe d'une inscription préalable de tous les membres qui partagent, grâce au réseau, un certain nombre d'informations personnelles avec les autres membres. Par conséquent,

---

<sup>35</sup> Cass. Civ 2<sup>e</sup> 24 janvier 2002, Jurisdata n° 2002-012671

<sup>36</sup> Loi n°78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés

de par leur mode de fonctionnement, les réseaux sociaux traitent en permanence des données personnelles et entrent donc, tout naturellement dans le champ d'application de la loi « informatique et liberté ».

### **(b) Application de la loi du 29 juillet 1881**

Comme nous l'avons vu précédemment, les réseaux sociaux relèvent de la LCEN. Or, l'article 6 de cette loi renvoie, à plusieurs reprises, à la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse. Etudions les dispositions de cette loi applicable aux réseaux sociaux.

Tout d'abord, le I.7° de l'article 6 précité précise que les hébergeurs doivent concourir à la lutte contre l'apologie des crimes contre l'humanité et l'incitation à la haine raciale. Ensuite, le IV de ce même article prévoit l'applicabilité du droit de réponse aux communications au public en ligne. Enfin, le V de l'article 6 de la LCEN précise que « *Les dispositions des chapitres IV et V de la loi du 29 juillet 1881 précitée sont applicables aux services de communication au public en ligne et la prescription acquise dans les conditions prévues par l'article 65 de ladite loi* ». Ainsi, toutes les dispositions concernant les « crimes et délits commis par la voie de la presse ou par tout autre moyen de publication » (chapitre IV) et le régime de responsabilité qui les accompagne (chapitre V) sont applicables aux réseaux sociaux.

Parmi ces infractions, on peut citer, notamment, la diffamation, l'injure ou encore l'atteinte au droit à l'image. Nous verrons par la suite les conséquences de l'application de ces infractions aux réseaux sociaux et les difficultés qui y sont associées.

## **2) Détermination des spécificités de cette catégorie juridique sui generis**

Ainsi, l'étude des comparables nous a permis de déterminer qu'un certain nombre de règles sont applicables aux réseaux sociaux. Néanmoins, il faut constater que cette comparaison a des limites (a)

pour ensuite tenter de déterminer les spécificités des réseaux sociaux par rapport aux catégories juridiques proches.

### **(a) Une comparabilité relative**

La première raison qui explique les limites des comparaisons que nous avons effectuées précédemment est la diversité des réseaux sociaux. En effet, comme nous l'avons vu, les réseaux sociaux ont des objectifs et des formes diverses et si certaines des comparaisons effectuées précédemment révèlent de grandes similitudes entre un réseau spécifique et un comparable, cela ne signifie pas que la comparaison serait valable pour tous les réseaux sociaux.

Ainsi, si Twitter ou Facebook sont relativement aisément comparables à un journal intime, ce n'est pas le cas d'autres réseaux comme LinkedIn ou Viadeo. Ces derniers ont un objectif professionnel et donc ne sont pas créés dans le but de permettre à leurs utilisateurs de partager leurs expériences personnelles. De la même manière, la comparaison de ces réseaux avec des forums de discussion paraît peu appropriée car, ils n'intègrent pas réellement de plateforme de discussion.

Par ailleurs, même dans les cas dans lesquels les similitudes sont suffisamment visibles pour que la comparaison fasse sens, les réseaux sociaux n'entrent complètement dans aucune des catégories auxquels nous les avons comparés. Ces catégories peuvent parfois être très proches mais la comparaison ne sera jamais parfaite. Ainsi, si à première vue, une page Facebook a beaucoup de points communs avec un blog, comme nous l'avons vu précédemment, la différence tient à la nature même de ces éléments. Dans un cas, la page Facebook est une « page » d'un site internet : [www.facebook.com](http://www.facebook.com), dans l'autre cas, le blog constitue en lui-même un site internet, même si dans certains cas, il peut être hébergé par un prestataire professionnel comme skyblog, par exemple.

Comparer les réseaux sociaux à d'autres catégories nous a permis de déterminer en partie leur régime juridique, mais cette comparaison ne nous permet pas de les identifier complètement à une

catégorie dont le régime juridique est connu. Il faut donc déduire que les réseaux sociaux forment une nouvelle catégorie, *sui generis*.

### **(b) Une catégorie juridique *sui generis***

Maintenant que nous avons compris que les réseaux sociaux formaient une catégorie tout à fait particulière et nouvelle, tentons de déterminer les contours de cette catégorie. Force est de constater tout d'abord que l'on peut difficilement caractériser cette catégorie par la forme ou l'objectif poursuivi tant ils peuvent être divers.

Néanmoins, essayons de déterminer les points communs à tous les réseaux sociaux. Tout d'abord, ils cherchent à permettre à leurs utilisateurs de créer, maintenir ou retrouver le contact entre eux, cette relation pouvant avoir divers objectifs, comme nous l'avons vu. Pour cela, chaque utilisateur doit s'inscrire sur le réseau et créer sa page personnelle. Cette page a la particularité de lui être personnelle tout en étant visible par un nombre éventuellement important de personnes qui ne sont pas toujours identifiées. Sur cette page, en fonction des types de réseaux, l'utilisateur peut publier un certain nombre d'informations et il peut se connecter aux pages de ses contacts.

A la lecture de la description la plus minimaliste possible des réseaux sociaux, on peut avoir l'impression qu'ils posent peu de problèmes juridiques. Pourtant, même dans leur version la plus essentielle, sans toutes les applications proposées par Facebook ou Myspace, on retrouve de nombreuses problématiques soulevées précédemment. Les problématiques liées au traitement des données personnelles qui sont inhérentes à la catégorie juridique des réseaux sociaux puisqu'elles sont liées au principe même de l'inscription sur le réseau qui est le préalable obligatoire, quelque soit le réseau. Ensuite, à partir du moment où le membre du réseau publie quelque chose, il va falloir s'interroger sur l'éventuel caractère public de cette diffusion et dès lors l'application de la LCEN et de la loi de la presse. Mais aux problèmes susmentionnés qui ne sont pas spécifiques aux réseaux

sociaux puisque le législateur était intervenu avant leur création pour tenter d'y remédier, s'ajoutent de nouvelles problématiques plus spécifiques aux réseaux sociaux et qui commencent seulement à émerger à travers la jurisprudence et la doctrine naissantes sur la question.

## **II. Problématiques juridiques liées aux réseaux sociaux**

Ainsi, les réseaux sociaux, de par leur nature juridique sui generis, posent un certain nombre de problèmes juridiques plus ou moins inédits sinon dans leur forme, au moins dans leur application aux réseaux sociaux. En effet, comme nous l'avons vu précédemment, les réseaux sociaux ont certains points communs avec des « objets » dont on connaît les problématiques comme la presse, ou encore le blog et ils posent, naturellement des problèmes similaires. Pourtant, nous verrons que, si certaines questions sont connues, la manière d'y répondre devra être adaptée à la réalité des réseaux sociaux et à leurs spécificités. Parmi les problèmes juridiques posés par les réseaux sociaux, beaucoup sont liés aux droits de la personnalité (A), mais ces réseaux prenant une influence considérable, ces problématiques touchent maintenant de nombreux autres domaines du droit (B).

### **A. Les problématiques liées aux droits de la personnalité**

Les droits de la personnalité sont les « *droits inhérents à la personnalité humaine qui appartiennent de droit à toute personne physique (innés et inaliénables) pour la protection de ses intérêts primordiaux* »<sup>37</sup>. Parmi ces droits on peut citer, avec le professeur Cornu : le droit à la vie, le droit à l'intégrité physique ou encore le droit

---

<sup>37</sup> G. Cornu, *Vocabulaire juridique*, 8<sup>ème</sup> édition, p 679

au respect de la vie privée. Ces droits sont tout particulièrement mis à l'épreuve par l'existence même des réseaux sociaux et par leur mode de fonctionnement.

En effet, le principe même de ces réseaux, leur « business model », est fondé sur le partage par les utilisateurs de données personnelles qui seront utilisées par les opérateurs des réseaux sociaux en échange du service gratuit qu'ils proposent. Ainsi, les utilisateurs pensent bénéficier gratuitement d'un service, ce qui est le cas puisque, en général, l'inscription sur ces sites est gratuite, mais en réalité, ils « payent » l'entreprise prestataire du service en lui donnant accès à de nombreuses informations privées que cette entreprise pourra ensuite librement utiliser. C'est de cette manière qu'une entreprise comme Facebook qui prête, a priori, un service gratuit a pu « faire fortune ». Mais que deviennent ces données ? A-t-on un droit de regard sur l'utilisation qui en est faite ? Ces entreprises peuvent-elles conserver nos données éternellement ? Et qu'en est-il de toutes nos « interventions » sur ces sites de partages ? Peut-on nous exprimer sans limite ? A-t-on un droit d'auteur sur ce que nous publions ? Qu'en est-il du droit à l'image ? Autant de questions qui, bien que cruciales, sont peu connues des utilisateurs qui, sans le savoir, rendent publiques des informations personnelles qui seront ensuite utilisées à leur insu et commettent des infractions aux droits de la personnalité de tiers. Les pouvoirs publics, certaines associations et des organisations comme la CNIL tentent aujourd'hui de mettre en garde les utilisateurs et de convaincre les entreprises en charge de ces réseaux de prendre des mesures pour palier à ces problèmes, mais beaucoup reste encore à faire aussi bien dans le domaine du respect de la vie privée (1) que dans celui de la détermination de la nature de la liberté d'expression et de ses nécessaires limites dans le cadre de l'utilisation de ces réseaux (2).

## **1) Le respect de la vie privée**

L'article 9 du code civil dispose que : « *Chacun a droit au respect de sa vie privée.* »

*Les juges peuvent, sans préjudice de la réparation du dommage subi, prescrire toutes mesures, telles que séquestre, saisie et autres, propres à empêcher ou faire cesser une atteinte à l'intimité de la vie privée : ces mesures peuvent, s'il y a urgence, être ordonnées en référé ».*

En outre, l'article 40 de la loi n°78-17 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés du 6 janvier 1978 dite « loi Informatique et Liberté » dispose que « *toute personne physique justifiant de son identité peut exiger du responsable d'un traitement que soient, selon les cas, rectifiées, complétées, mises à jour, verrouillées ou effacées les données à caractère personnel la concernant, qui sont inexactes, incomplètes, équivoques, périmées, ou dont la collecte, l'utilisation, la communication ou la conservation est interdite* » et l'article 38 de cette même loi ajoute « *Toute personne physique a le droit de s'opposer, pour des motifs légitimes, à ce que des données à caractère personnel la concernant fassent l'objet d'un traitement* ».

Enfin, ce dispositif de protection de la vie privée des individus est complété par les dispositions sur le droit à l'image, au nom ou encore celles concernant le droit à l'honneur et à la considération. Mais, la question se pose de savoir si ces textes sont suffisants pour répondre aux nouvelles problématiques soulevées par les réseaux sociaux.

En effet, la particularité de ces réseaux est que, dans de nombreux cas, c'est la personne elle-même qui a mis les informations sur sa vie privée à disposition du « public » en les publiant dans le cadre d'un réseau social. Or, à cet égard, la jurisprudence sur la protection de la vie privée mentionne deux hypothèses dans lesquelles, bien que les données collectées soient privées, elles ne seront pas protégées : quand la protection de la vie privée est en concurrence avec un intérêt plus légitime, ou, et c'est le cas qui nous intéresse ici, quand la personne concernée a, elle-même rendu publiques les informations sur sa vie privée. Si cette analyse semble logique à partir du moment où il semble que la personne avait fait le choix de rendre l'information publique, la jurisprudence n'a pourtant pas toujours été claire sur la question. Ainsi, la Cour de Cassation a, à plusieurs

reprises<sup>38</sup>, jugé que la révélation antérieure par l'intéressé d'informations personnelles ne justifiait pas leur utilisation sans son autorisation. Mais, dans de nombreuses décisions, les juges du fond avaient refusé de suivre la Cour sur ce point<sup>39</sup>. Finalement, c'est la Cour Européenne des droits de l'Homme qui a tranché dans un arrêt du 23 juillet 2009<sup>40</sup> dans lequel elle a posé le principe selon lequel « *les informations, une fois portées à la connaissance du public par l'intéressé lui-même, cessent d'être secrètes et deviennent librement disponibles* ». La Cour prévoit, tout de même, un tempérament à ce principe : les propos doivent être repris sans être « déformés » ou « détournés ».

On peut, dès lors, craindre que l'application stricte de cette jurisprudence empêche tout utilisateur d'un réseau social ayant publié des informations à caractère privé sur son « profil » de pouvoir se prévaloir du droit au respect de sa vie privée. Cette question n'a pas été tranchée par la jurisprudence aujourd'hui. Toutefois, on peut espérer qu'elle ne sera pas appliquée aussi sévèrement aux utilisateurs de réseaux sociaux, et ce, pour deux raisons. Tout d'abord, comme l'a fait remarquer Claire Strugala<sup>41</sup>, la CEDH, dans l'arrêt précité précisait que les révélations préalables de l'intéressé « affaiblissent » son droit à la protection de sa vie privée, ce qui ne signifierait pas nécessairement l'« anéantissement » de ce droit. En outre, elle fait remarquer que la Cour justifie sa décision par le fait que ces révélations avaient rendus ces faits « notoires et d'actualité ». Or, C. Strugala constate, à juste titre, à notre avis, que « *si la caractère « notoire » de faits révélés par une star dans une autobiographie ne fait pas de doute en raison de l'intérêt que cette personnalité suscite auprès du public, tel n'est pas le*

---

<sup>38</sup> Cass. Civ. 2<sup>e</sup> 6 janvier 1971, Bull. civ. 1971, II, n°6 ; Cass. Civ. 2<sup>e</sup> 14 novembre 1975 ; Cass. Civ. 1<sup>ère</sup> 30 mai 2000, Bull. civ. I, n°167

<sup>39</sup> TGI Nanterre, 1<sup>ère</sup> Ch A, 20 décembre 2000, notamment.

<sup>40</sup> CEDH 23 juillet 2009 n° 12268/03, Hachette Filipacchi Associés (Ici Paris) c/ France

<sup>41</sup> C. Strugala, *La protection de la personnalité à l'épreuve du numérique*, revue Lamy Droit de l'immatériel 2010



*cas du quidam moyen qui s'est un jour laissé aller à quelques confidences ou mots d'humeur sur un des nombreux sites de discussions que l'internet contient* ». Qui plus est, la récente jurisprudence du Conseil de Prud'hommes de Boulogne-Billancourt<sup>42</sup>, si elle devait être confirmée, semble vouloir faire la distinction, au sein des réseaux sociaux, du caractère public des informations qui y sont publiées en fonction des paramètres de confidentialité configurés par chaque utilisateur. Or, si on devait appliquer cette distinction, à l'avenir, à la question de savoir si, une publication sur un réseau social d'informations à caractère privé empêche de se prévaloir du droit au respect de sa vie privée, en cas de réutilisation de ces données sans le consentement de l'intéressé, on pourrait argumenter que si les paramètres de confidentialité de l'utilisateur sont configurés de manière à restreindre l'accès à ces informations, on ne peut probablement pas considérer que, dans de telles conditions, ces données seraient « portées à la connaissance du public » au sens de l'arrêt de la CEDH.

Par conséquent, on peut espérer que pour les deux raisons précitées, un utilisateur de réseau social qui a « publié » des informations personnelles sur le réseau pourra, tout de même, se prévaloir d'une atteinte au respect de sa vie privée en cas d'utilisation par un tiers de ces données sans son accord. Toutefois, le doute existe sur le sujet et on ne peut, dès lors, que conseiller aux utilisateurs de faire preuve de la plus grande prudence sur les informations qu'ils mettent à la disposition d'autrui sur ces réseaux.

Ainsi, s'il existe, dans notre droit positif un dispositif de protection de la vie privée des utilisateurs, il n'est pas certain qu'il soit adapté à la particularité des réseaux sociaux selon laquelle, les internautes, eux-mêmes, disséminent, sur le réseau, des informations à caractère privé sans même, parfois, en avoir conscience. Parmi ces données à caractère privé on trouve couramment sur les réseaux sociaux des

---

<sup>42</sup> Cons. Prud'h. Boulogne-Billancourt, 19 novembre 2010, n°09/00316 et n° 09/00343, voir annexe D

photos. Or celles-ci, si elles représentent des personnes physiques reconnaissables, en plus de la protection générale de la vie privée de l'intéressé, elles sont protégées par le droit à l'image (a).

D'autre part, notre dispositif de protection de la vie privée est relativement mal adapté au problème de la persistance des données à caractère personnel diffusées sur les sites collaboratif. C'est le problème de ce que certains appellent le « droit à l'oubli numérique » (b).

### **(a) Le droit à l'image**

Le professeur Cornu<sup>43</sup>, se fondant sur une distinction présente dans le code pénal distingue le droit à sa propre image qui est le « *droit de chacun à l'exclusivité de son image qui pourrait fonder celui de se soustraire à la vue de ses semblables, mais dont le respect exige au moins que nul ne puisse, sans le consentement de celle-ci, fixer, enregistrer ou transmettre l'image d'une personne qui se trouve dans un lieu privé, la captation de cette image constituant une atteinte à la personnalité, plus spécialement à la vie privée* », ce droit est fondé sur l'article 226-1 du Code pénal. Et le droit au respect de sa propre image qui est le « *droit pour chacun, à l'exclusivité et au respect de sa représentation, l'atteinte à celle-ci étant incriminée comme une atteinte à la personnalité* », ce droit est fondé sur l'article 226-8 du Code pénal. Mais au-delà du code pénal, la protection du droit à l'image est, aujourd'hui, également fondée sur l'article 9 du Code civil relatif au respect de la vie privée et sur l'article 1382 du Code civil relatif à la responsabilité délictuelle.

Mais, quelque soit le fondement juridique choisi, la jurisprudence de la Cour de cassation est claire : toute photo d'ordre privé, c'est-à-dire à l'exclusion des photos de personnes dans l'exercice d'une fonction publique, nécessite une autorisation pour qu'elle soit diffusée au public. Ainsi, la diffusion d'une photo d'un tiers, d'ordre privé, à condition qu'elle soit faite dans le cadre d'un cercle très restreint de

---

<sup>43</sup> G. Cornu, *Vocabulaire juridique*, 8<sup>ème</sup> édition, p 465

famille ou de proches, est possible, même en l'absence d'autorisation de la personne concernée, mais dès lors qu'il y a diffusion « au public », son accord est requis. La question qui se pose alors, est, de nouveau, celle de savoir si les réseaux sociaux relèvent du domaine public ou du domaine privé.

Or, comme nous l'avons vu, si la réponse positive est tentante, la jurisprudence récente<sup>44</sup> en matière de droit du travail, sur laquelle nous reviendrons plus loin en détail, semble indiquer qu'il faille distinguer en fonction des paramètres réels de confidentialité mis en place par l'utilisateur. Ceci signifie donc qu'il n'y a pas de réponse absolue et qu'il faudra juger au cas par cas, en fonction des réglages effectués par l'intéressé mais aussi probablement en fonction de son nombre d' « amis » sur le réseau pour reprendre la terminologie de Facebook. Ainsi, à paramètres de confidentialité égaux, on peut s'interroger sur le fait de savoir si une personne qui a 20 « amis » sur le réseau et une personne qui en a 600 sont dans la même situation au regard du caractère « public » des photos ou autres données qu'elles « publient ». Et plus généralement, pour déterminer le caractère « public » ou « privé » d'une publication sur un réseau social, il faut distinguer entre les réseaux sociaux eux-mêmes. En effet, certains réseaux comme Twitter permettent à n'importe qui, même non inscrit sur le site, d'accéder aux informations publiées par ses membres, ici les « tweets ». D'autres ne permettent pas aux internautes non inscrits sur le site d'accéder à certaines informations sur ses membres, c'est le cas de Facebook. Aujourd'hui, aucune décision jurisprudentielle ne nous permet de dire avec certitude que ces critères du nombre « d'amis » et du réseau concerné doivent être pris en compte, mais cela nous semblerait logique et dans le sens de la décision du Conseil de prud'hommes de Boulogne-Billancourt.

Dans tous les cas, retenons que si l'on devait qualifier une publication faite sur un réseau social de diffusion « publique », ce qui,

---

<sup>44</sup> Cons. Prud'h. Boulogne-Billancourt, 19 novembre 2010, voir annexe D

selon Emmanuel Pierrat<sup>45</sup>, serait le cas dans probablement 90% des cas, il faudrait appliquer le droit de la presse et le droit à l'image.

Or, dans la grande majorité des cas, cet auteur constate que l'autorisation de publication de l'image n'est pas demandée et les utilisateurs sont donc en infraction. Qui plus est, même si une autorisation de mise en ligne était envoyée par e-mail à la personne dont l'image est publiée. La jurisprudence estime que cette autorisation serait insuffisante. En effet, elle précise que l'autorisation doit viser le type de support, la durée et l'étendu de l'espace géographique concerné par la publication. Cette règle est source d'une grande insécurité pour les utilisateurs des réseaux sociaux car beaucoup d'entre eux publient des photos en infraction au droit à l'image par ignorance de ces règles. Et la conséquence de cet état de fait est que l'on peut raisonnablement penser qu'aujourd'hui, une personne qui pense avoir subi un préjudice du fait de la publication d'une photo pourra attaquer la personne l'ayant publié et obtiendra très probablement gain de cause. Et si la victime était identifiée sur la photo (par exemple par le biais d'un tag), l'indemnisation en dommages et intérêts sera rehaussée. Ici encore, le problème est le manque d'information des utilisateurs qui ne savent pas qu'ils sont en infraction. Et soulignons, ici, que ce problème ne concerne pas quelques dizaines de personnes, mais de la quasi intégralité des millions d'utilisateurs de ces réseaux.

Comme beaucoup, d'associations et d'organismes comme la CNIL ont pu le faire remarquer, il y a là une vraie problématique d'éducatons des utilisateurs et en particulier des plus jeunes qui sont particulièrement exposés à ce risque. Les entreprises qui fournissent ces services, comme Facebook, se sentent peu concernées par le problème car elles savent qu'elles sont en mesure de justifier d'avoir mis en garde leurs utilisateurs dans leurs conditions générales d'utilisations. Mais, combien d'utilisateurs ont réellement lu ces

---

<sup>45</sup> Lexbase Hebdo n°431, *Le droit à l'image sur l'autel des réseaux sociaux – Questions à Emmanuel Pierrat, Avocat à la Cour*

conditions générales ? Nous savons bien que la grande majorité des utilisateurs ne les ont pas lues. C'est la raison pour laquelle ce problème est particulièrement difficile à aborder, juridiquement, ces sociétés ne sont pas responsables puisque, comme on l'a vu précédemment, elles ont le statut de prestataire technique de services de communication au public en ligne.

### **(b) Le droit à l'oubli**

Cette notion est une création prétorienne de plusieurs juridictions du fond. On peut la définir comme le principe selon lequel « *toute personne qui s'est trouvée associée à un événement public, même si elle en a été le protagoniste, est fondée à revendiquer un droit à l'oubli et à s'opposer au rappel d'un épisode de son existence* »<sup>46</sup>. Ce droit à l'oubli, qui est un droit de la personnalité, vise à protéger la vie privée des individus qui, à un moment de leur existence se sont retrouvés impliqués dans un événement qui a été médiatisé. L'idée des juges qui ont créé ce droit est que, si au moment des faits, par exemple au cours d'un procès, des éléments concernant la vie privée d'un individu peuvent être rendus publics au nom du droit à l'information, cette exception est liée à « l'actualité » de ces faits. Par conséquent, quand, des années plus tard, une personne décide de publier de nouveau ces mêmes informations, la personne concernée, qui ne pouvait empêcher leur parution à l'époque des faits, pourrait s'y opposer au nom du « droit à l'oubli ».

Sur cette notion, il faut noter que la Cour de Cassation, dans l'arrêt *Monange*<sup>47</sup>, semble avoir refusé de reconnaître ce principe. Pourtant, la doctrine a largement critiqué cette décision, considérant le droit à l'oubli légitime. Et, l'article 35 alinéa 3 de la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse semble aller dans ce sens. En effet, cet article dispose que :

---

<sup>46</sup> TGI Paris, 25 mars 1987 : *D.* 1988, *somm.* p. 198

<sup>47</sup> Cass. 1<sup>re</sup> civ., 20 nov. 1990, *Dame Monanges c/ Kern et autres* : JCP G 1992, II, 21908, note J. Ravanans

« La vérité des faits diffamatoires peut toujours être prouvée, sauf :

[...]

b) Lorsque l'imputation se réfère à des faits qui remontent à plus de dix années ;

c) Lorsque l'imputation se réfère à un fait constituant une infraction amnistiée ou prescrite, ou qui a donné lieu à une condamnation effacée par la réhabilitation ou la révision »

Ainsi, si le droit à l'oubli est une notion encore débattue, ce principe est reconnu dans une certaine mesure.

Avec l'apparition d'internet et particulièrement avec le développement subséquent des réseaux sociaux s'est posée la question de savoir s'il existait un « droit à l'oubli numérique ». Le 25 mai 2010, un groupe de travail constitué par l'association Cyberlex, rendait un rapport intitulé « *l'oubli numérique est-il de droit face à une mémoire numérique illimitée* »<sup>48</sup>. C'est effectivement là que se trouve la nouveauté de la problématique du droit à l'oubli dit « numérique ». En effet, avant l'ère du numérique, les cas qui mettaient en cause le droit de chacun à la prescription et à la réhabilitation après l'écoulement d'une période relativement longue, étaient relativement rares. Il s'agissait le plus souvent de journalistes qui décidaient, des années après un procès, de revenir sur les faits. Mais, aujourd'hui, grâce à internet et à sa mémoire « illimitée », plus besoin d'un journaliste pour ressortir des informations vieilles de 10 ou 15 ans et rappeler au monde entiers qui en étaient les protagonistes, n'importe qui peut retrouver toutes ces informations sur la « toile », avec un peu d'ingéniosité. Et, avec la démocratisation des réseaux sociaux, ces informations que l'on peut retrouver des années plus tard, ne concernent plus seulement les personnes mises en cause lors d'événements publics mais aussi les « quidams » qui ont publié des informations sur ces sites à une certaine période de leur existence et qui n'ont pas nécessairement envie de les

---

<sup>48</sup> Cyberlex, rapport « *l'oubli numérique est-il de droit face à une mémoire numérique illimitée ?* » 25 mai 2010, sous la direction de C. Thiérache

voir ressortir des années après. C'est pour tenter de protéger ces personnes-là que les professionnels de ce secteur ont décidé de réfléchir à la création d'un « droit à l'oubli numérique ».

Pour le rapport mentionné précédemment, un tel droit permettrait aux internautes :

- *« D'obtenir l'oubli de plein droit à l'issue d'un certain délai »*
- *« D'obtenir l'oubli en s'opposant, pour des motifs légitimes, au traitement de leurs données ou, sans motifs légitimes, en cas d'utilisation des données personnelles à des fins de prospection, notamment commerciale »*
- *« D'obtenir l'oubli à leur demande par modification ou suppression de données à caractère personnel les concernant qui sont inexactes, incomplètes, équivoques, périmées ».*

Or, comme nous l'avons vu précédemment, des outils existent déjà pour régler ce type de problème. En plus des articles 38 et 40 déjà cités de la loi « Informatique et Liberté » qui prévoient respectivement un droit d'opposition au traitement de données personnelles et un droit à la modification ou la suppression de ces données, l'article 6 5° de la même loi dispose que :

*Les données collectées « sont conservées sous une forme permettant l'identification des personnes concernées pendant une durée qui n'excède pas la durée nécessaire aux finalités pour lesquelles elles sont collectées et traitées ».*

Le problème qui se pose donc n'est pas un « vide » juridique mais plutôt la question de savoir si ces réglementations anciennes sont toujours efficaces aujourd'hui, malgré les évolutions des comportements sur internet, notamment dans le cadre du développement des réseaux sociaux. Pour les auteurs du rapport, ce droit à l'oubli numérique va dans le sens du respect de la vie privée et de la tranquillité de chacun. Pour ces auteurs, il est crucial que l'internaute conserve la maîtrise de ses données personnelles. Ceci

signifie notamment qu'il doit avoir le droit de se raviser après avoir diffusé des données privées sur internet.

Toutefois, les auteurs de ce rapport reconnaissent que face aux droits de l'internaute, d'autres intérêts sont en jeu, comme le droit des entreprises de services numériques d'être en mesure de maintenir la gratuité de leur modèle économique, ce qui implique de pouvoir le rentabiliser par la publicité en ligne et en particulier la publicité ciblée ou le droit de la société à entretenir une mémoire collective. C'est la raison pour laquelle, une éventuelle réglementation sur la question devra tenir compte de tous ces paramètres.

D'autre part, pour qu'une réglementation sur le droit à l'oubli numérique soit réellement efficace elle devra être internationale ou du moins être basée sur des standards définis conjointement par les différents organes nationaux de protection des données. D'ici-là, au niveau national, le rapport de Cyberlex préconise une simplification des processus d'exercice des droits de rectification et d'opposition et une meilleure information des internautes.

En outre, le tout nouveau Conseil National du Numérique (CNN) aura probablement un rôle à jouer en collaboration avec la CNIL pour veiller à la pérennité de ce droit et à son évolution à mesure du développement de nouvelles problématiques liées à l'utilisation d'internet.

Enfin, la solution la plus efficace pour faire évoluer les pratiques vers le droit à l'oubli numérique est peut-être la moins contraignante. Ces dernières années ont été marquées par la volonté des gouvernements d'encourager les initiatives d'autorégulation des acteurs d'internet, comme les moteurs de recherches ou encore les réseaux sociaux. Ainsi, un certain nombre de chartes et de codes de bonne pratique ont été signés. C'est le cas, par exemple de l'accord d'autorégulation visant à protéger les jeunes internautes. Cet accord signé le 10 février 2009 à Luxembourg par dix-sept acteurs des réseaux sociaux permet aux jeunes pendant leur minorité ou pendant un délai très court à compter de leur passage à l'âge adulte de demander l'effacement de l'intégralité des données qu'ils ont mis en ligne sur ces



réseaux pendant leur minorité. Deux chartes du droit à l'oubli numérique ont, par ailleurs, été signées le 30 septembre 2010 pour la première concernant la publicité ciblée et le 13 octobre 2010 pour la deuxième concernant les sites collaboratifs et les moteurs de recherches. Ces chartes ont été initiées par le secrétariat d'Etat à l'Economie numérique. La seconde, qui nous intéresse plus particulièrement, a pour objectifs d'améliorer la transparence de l'exploitation des données publiées par les internautes et de faciliter la possibilité pour une personne de gérer ses données sur internet. Cette initiative est intéressante, toutefois, il faut admettre que ce type de charte n'engage que les sociétés qui l'ont signée. Or, cette charte du 13 octobre 2010, par exemple, a été signée par certains des acteurs importants du secteur comme Microsoft, Viadéo, copainsdavant, Skyrock ou encore trombi.com mais d'autres, et non des moindres, ont refusé de la signer comme Facebook et Google.

Ainsi, le développement des réseaux sociaux pose le problème de la protection de la vie privée des utilisateurs qui peuvent publier, parfois sans même en avoir complètement conscience des informations sur leur vie personnelle. Mais parmi les données que les internautes peuvent publier sur les réseaux sociaux, certaines peuvent constituer des œuvres protégées par le droit d'auteur, d'autres peuvent blesser des tiers. Cette apparente liberté d'expression sur ces plateformes est-elle totale? Peut-on tout dire et publier sur les réseaux sociaux ?

## **2) La liberté d'expression**

Le problème de liberté d'expression sur internet est devenu plus importante avec l'avènement du web 2.0 dont les réseaux sociaux sont une des manifestations. Le web 2.0 est internet tel qu'on le connaît aujourd'hui, c'est-à-dire, non pas seulement un contenu accessible par toute personne ayant un accès au réseau, comme c'était le cas dans les années 90 mais un système qui permet à tout utilisateur d'être lui-même éditeur de contenus, de commenter ou de modifier des contenus

mis en ligne par d'autres utilisateurs ou encore, et c'est la particularité des réseaux sociaux, d'obtenir des contenus et des messages par le simple fait d'appartenir à une communauté. En plus des réseaux sociaux qui nous intéressent ici, le web 2.0 est composé de sites d'échanges de contenus comme *Youtube* ou *Dailymotion* et des sites « wiki » qui permettent l'édition commune de contenus qualifiés de « travail collaboratif » comme *Wikipédia*.

A partir du moment où l'internaute a la possibilité d'intervenir directement sur ces sites, le problème des limites à ce que l'utilisateur du réseau social peut publier doit être envisagé. A cet égard, il doit tout d'abord respecter le droit d'auteur (a) mais il faut aussi comprendre que, plus généralement, sa liberté d'expression n'est pas sans limite (b).

### **(a) Le droit d'auteur**

Il ne s'agit pas ici de faire une étude exhaustive du droit d'auteur mais simplement de comprendre son fonctionnement et en quoi il peut être mis en cause dans l'utilisation des réseaux sociaux.

Le droit d'auteur est fondé sur la notion d' « œuvre de l'esprit », cette notion, bien qu'au cœur de la matière, n'est pas définie dans le code de la propriété intellectuelle. Par un souci de simplification, nous allons, ici, utiliser la définition donnée par le professeur Cornu dans son dictionnaire juridique : « *Création de l'esprit empreinte d'originalité qui, comme telle, donne prise aux droits d'auteur* »<sup>49</sup>. Et l'article L 111-1 du code de la propriété intellectuelle dispose en son premier alinéa que : « *L'auteur d'une œuvre de l'esprit jouit sur cette œuvre, du seul fait de sa création, d'un droit de propriété incorporelle exclusif et opposable à tous.* »

De cette manière, toute œuvre de l'esprit est protégée, d'une part par un droit moral attaché à la personne de l'auteur, perpétuel, inaliénable, imprescriptible, opposable à tous, discrétionnaire et d'ordre

---

<sup>49</sup> G. Cornu, *Vocabulaire juridique*, 8<sup>ème</sup> édition, p 633

public et d'autre part, par des droits patrimoniaux exclusifs, temporaires et cessibles.

Or, un certain nombre d'œuvres de l'esprit circulent sur les réseaux sociaux, la question qui se pose alors, nous semble-t-il, est celle de savoir quels sont les comportements qui vont à l'encontre de la protection de ces œuvres et quels sont les comportements autorisés.

La première situation à envisager est celle de l'auteur de l'œuvre de l'esprit qui décide de publier son œuvre sur un réseau social. Perd-t-il toute prérogative sur celle-ci ? Peut-il revenir sur sa décision de publication ? Un tiers peut-il « réutiliser » l'œuvre ? Prenons l'exemple d'un utilisateur qui décide de publier ses dessins sur Facebook.

Tout d'abord, il faut noter que le droit de divulgation, c'est-à-dire de « *don de l'œuvre au public* »<sup>50</sup>, est une prérogative du droit moral de l'auteur. Par conséquent, l'article L121-2 du code de la propriété intellectuelle précise que : « *L'auteur a seul le droit de divulguer son œuvre. [...] il détermine le procédé de divulgation et fixe les conditions de celle-ci.* »

Ainsi, pour revenir à notre exemple, non seulement l'auteur des dessins a le droit de les publier sur Facebook ce qui a pour effet de les divulguer mais il est le seul à avoir ce droit et il choisit aussi le procédé de divulgation. Ainsi, non seulement un tiers ne peut pas divulguer les dessins sans son accord mais s'il décide de les divulguer en les publiant sur Facebook, un tiers ne peut pas, sans son accord les publier sur un autre réseau comme Myspace, par exemple. On pourrait d'ailleurs discuter le fait de savoir si la publication d'une œuvre sur un réseau est une « divulgation ». En effet, la jurisprudence, s'est interrogée sur la question de savoir si la communication de l'œuvre à un cercle restreint de personne ou à un ami devait être considérée comme une divulgation<sup>51</sup>. On retrouve ici, la question récurrente de savoir si la publication sur un réseau social est une mise à disposition

---

<sup>50</sup> O. Lalignant, *La divulgation des œuvres artistiques, littéraires et musicales en droit positif français*, LGDJ, 1983.

<sup>51</sup> CA Paris 1<sup>er</sup> septembre 2001

du public. Par conséquent, on peut répondre que, comme dans les autres cas que l'on a étudié jusqu'à maintenant, tout dépendra des paramètres de confidentialité de la personne sur le réseau. Toutefois, il faut noter que dans ce cas-ci, un autre paramètre semble attirer l'attention de la jurisprudence<sup>52</sup> : la volonté de l'auteur. Pour la suite, nous allons considérer, comme cela sera le cas dans 90% des cas, que la publication d'une œuvre sur un réseau conduit à sa divulgation.

On s'interroge alors sur les conséquences de cette divulgation. Nous ne rentrerons pas ici dans les détails parce que ce n'est pas directement notre sujet. La divulgation d'une œuvre n'entraîne évidemment, pas la perte de toute prérogative de l'auteur sur l'œuvre, au contraire, on pourrait même dire que le droit d'auteur commence réellement à s'appliquer au moment de la divulgation. En effet, même si théoriquement, une œuvre est protégée dès sa création, dans les faits, avant qu'elle ne soit divulguée, la question du droit d'auteur se pose peu.

Nous nous interrogeons ensuite sur la possibilité pour l'auteur qui a publié une œuvre de se rétracter. Cette possibilité est directement envisagée par le droit de la propriété littéraire et artistique, on la qualifie de droit de retrait et de repentir. Le retrait consiste à retirer purement et simplement l'œuvre de la circulation tandis que le repentir permet à l'auteur de modifier sa création sans que son exploitation soit irrémédiablement compromise. Ce droit s'exerce quand l'auteur a cédé ses droits patrimoniaux sur l'œuvre et il doit être accompagné d'une indemnisation du cessionnaire. La question ne se pose donc pas lors d'une simple publication d'une œuvre sur un réseau social type Facebook car, une telle publication n'a pas le caractère de « cession » de ces droits à la société exploitante. En effet, si on lit les conditions générales d'utilisation de Facebook (puisque c'est l'exemple que l'on avait choisi, mais les autres réseaux ont des conditions similaires), on apprend que :

---

<sup>52</sup> TGI Paris 17 février 1999

« 1. Pour le contenu protégé par les droits de propriété intellectuelle, comme les photos ou vidéos (« propriété intellectuelle »), vous nous donnez spécifiquement la permission suivante, conformément à vos paramètres de confidentialité et paramètres d'applications : vous nous accordez une **licence non-exclusive, transférable, sous-licenciable, sans redevance et mondiale** pour l'utilisation des contenus de propriété intellectuelle que vous publiez sur Facebook ou en relation à Facebook (« licence de propriété intellectuelle »). Cette licence de propriété intellectuelle se termine lorsque vous supprimez vos contenus de propriété intellectuelle ou votre compte, sauf si votre compte est partagé avec d'autres personnes qui ne l'ont pas supprimé.

2. Lorsque vous supprimez votre contenu de propriété intellectuelle, ce contenu est supprimé d'une manière similaire au vidage de corbeille sur un ordinateur. Cependant, vous comprenez que les contenus supprimés peuvent persister dans des copies de sauvegarde pendant un certain temps (mais qu'ils ne sont pas disponibles). »

Ainsi, en publiant sur le site un « contenu de propriété intellectuelle », nous concédons à Facebook une licence sur ce contenu jusqu'à sa suppression. Il est intéressant de noter, à cet égard, que la notion de licence de droit d'auteur est inconnue du droit français, seule la cession est envisagée. Par conséquent, la question du régime d'une telle licence se pose mais nous ne nous attarderons pas sur ces considérations. Nous constaterons simplement que cela semble répondre en partie à la dernière question que nous nous étions posée sur la possibilité pour une tierce personne de « s'emparer » de l'œuvre publiée sur le réseau.

En effet, si on considère que la clause des conditions générales précitée est valable, on doit en conclure que Facebook peut utiliser l'œuvre publiée sur son réseau jusqu'à sa suppression par la personne l'ayant publiée.

Pour ce qui est des tiers, notons que les droits patrimoniaux organisent les pouvoirs de l'auteur sur son œuvre. Ainsi, l'auteur a seul

le pouvoir d'autoriser toute exploitation de son œuvre. Il existe, bien sûr, un certain nombre d'exceptions à ce principe comme la copie privée ou encore la citation mais, on peut en conclure que, en général, un utilisateur du réseau social autre que l'auteur ne peut pas exploiter l'œuvre sans le consentement de ce dernier.

Après avoir envisagé le cas de l'auteur d'une œuvre de l'esprit qui choisit de la divulguer sur internet, il convient d'évoquer le cas d'un utilisateur d'un réseau social qui publie sur le réseau une œuvre de l'esprit dont il n'est pas l'auteur. Il faut tout d'abord s'interroger sur la nature juridique d'une publication d'une œuvre sur un réseau social. Il semble, à première vue, qu'il faille qualifier une telle action de « représentation ». En effet, l'article L 122-2 du code de la propriété intellectuelle dispose que « *La représentation consiste dans la communication de l'œuvre au public par un procédé quelconque, et notamment [...]*

*2° Par télédiffusion.*

*La télédiffusion s'entend de la diffusion par tout procédé de télécommunication de sons, d'images, de documents, de données et de messages de toute nature. »*

Nous ne reprendrons pas, ici, le débat sur le caractère public d'une publication sur un réseau que l'on a déjà évoqué à plusieurs reprises, et nous considérerons acquis le fait qu'une telle publication soit « au public ». On peut donc en conclure, et cela a été confirmé par une jurisprudence constante<sup>53</sup>, que la communication par internet d'une œuvre est une « représentation ». Ainsi, puisqu'elle constitue une « représentation », la diffusion sur un réseau social d'une œuvre de l'esprit doit respecter le droit de représentation qui est une des composantes du droit d'exploitation d'une œuvre par son auteur. Ainsi, pour être licite, une telle publication doit avoir fait l'objet d'une autorisation de l'auteur, comme en dispose l'article L 122-4 du code de la propriété intellectuelle.

---

<sup>53</sup> T.Com. Paris 3 mars 1997

En revanche, la question se pose de savoir si la simple communication d'un lien hypertexte, comme la publication d'un lien vers une vidéo Youtube ou vers un article de journal, type de publication très fréquente sur les réseaux sociaux, doit être qualifiée de « représentation de l'œuvre au public ». En effet, comme l'a souligné C. Caron<sup>54</sup>, un tel lien « *ne communique pas l'œuvre mais indique, tout au plus, le chemin pour entrer en relation avec elle.* ». C'est, ensuite à l'utilisateur de faire la démarche de cliquer sur le lien. Selon cet auteur, la publication d'un lien hypertexte vers un contenu contrefaisant est une « mise à disposition » illicite de l'œuvre telle qu'elle est prévue et sanctionnée à l'article L 335-4 du code de la propriété intellectuelle. Cette interprétation a été confirmée par la jurisprudence dans le cas d'un site qui hébergeait des liens vers des fichiers musicaux illégaux<sup>55</sup>. Cet article concerne le droit des artistes-interprètes et sanctionne d'une peine de trois ans d'emprisonnement et de 300 000 euros d'amende « *toute fixation, reproduction, communication ou mise à disposition du public, à titre onéreux ou gratuit, ou toute télédiffusion d'une prestation, d'un phonogramme, d'un vidéogramme ou d'un programme, réalisée sans l'autorisation, lorsqu'elle est exigée, de l'artiste-interprète, du producteur de phonogrammes ou de vidéogrammes ou de l'entreprise de communication audiovisuelle* ».

Ainsi, dans l'utilisation des réseaux sociaux, le droit d'auteur doit être respecté que l'utilisateur soit lui-même l'auteur du contenu publié ou qu'il ne le soit pas. De la même manière, si le principe de la liberté d'expression existe sur internet et sur ces réseaux en particulier, elle n'est pas sans limite.

### **(b) Les limites de la liberté d'expression**

---

<sup>54</sup> C. Caron, droit d'auteur et droits voisins, Litec, 2006 n°311

<sup>55</sup> TGI Epinal 24 octobre 2000, n° jurisdata : 2000-126285

La liberté d'expression est consacrée par les articles 10 et 11 de la Déclaration des droits de l'Homme et du citoyen selon lesquels :

*« Nul ne doit être inquiété pour ses opinions, même religieuses, pourvu que leur manifestation ne trouble pas l'ordre public établi par la Loi. »*

Et *« La libre communication des pensées et des opinions est un des droits les plus précieux de l'Homme : tout Citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement, sauf à répondre de l'abus de cette liberté, dans les cas déterminés par la Loi. »*

Cette liberté fondamentale n'est pas sans limite comme le rappelle régulièrement la Cour de cassation. Comme le précise le texte précité, cette liberté ne doit pas faire l'objet d'un abus. Un tel abus est caractérisé lorsque des termes injurieux, diffamatoires ou excessifs ont été relevés par les juges.<sup>56</sup> Les réseaux sociaux ne font pas exception à ce principe. La loi sur la presse du 29 juillet 1881 y est applicable et notamment son article 29 qui dispose que *« Toute allégation ou imputation d'un fait qui porte atteinte à l'honneur ou à la considération de la personne ou du corps auquel le fait est imputé est une diffamation. La publication directe ou par voie de reproduction de cette allégation ou de cette imputation est punissable, même si elle est faite sous forme dubitative ou si elle vise une personne ou un corps non expressément nommés, mais dont l'identification est rendue possible par les termes des discours, cris, menaces, écrits ou imprimés, placards ou affiches incriminés.*

*Toute expression outrageante, termes de mépris ou invective qui ne renferme l'imputation d'aucun fait est une injure. »*

Un contentieux important se développe à cet égard dans les collèges et les lycées à propos d'élèves exclus pour avoir diffamés leurs professeurs sur les réseaux sociaux. De nouveau se pose la question du caractère public ou privé de propos tenus sur les réseaux sociaux. En effet, la loi de 1881 sur la presse traite de la diffamation « publique ». Une fois encore, nous rappellerons que la jurisprudence

---

<sup>56</sup> Cass. Soc. 14 décembre 1999, n° 97-41.995



nous incite, semble-t-il, à distinguer selon les paramètres de confidentialités choisis par l'utilisateur pour déterminer si sa page est « publique ». Toutefois, il faut constater que les décisions sont encore rares. On rappellera, tout de même, la décision du tribunal de grande instance de Paris<sup>57</sup> qui a condamné Facebook au retrait sous astreinte d'une photographie d'un évêque publiée sans son consentement qui portait atteinte à son image mais aussi, et c'est ce qui nous intéresse ici, les commentaires injurieux d'internautes qui l'accompagnaient. Dans cette décision, prise au visa de l'article 6 1° de la loi 204-575 du 21 juin 2004 sur la confiance dans l'économie numérique, le tribunal a condamner Facebook à communiquer les données de nature à permettre l'identification des auteurs des propos incriminés<sup>58</sup>. On note bien dans cette décision la volonté de lutter contre un certain sentiment d'impunité qui existe sur internet et en particulier sur les réseaux sociaux.

Ainsi, si la liberté d'expression existe sur internet comme principe général, cette liberté est limitée par les règles concernant l'injure, la diffamation et le caractère excessif des propos tenus sur les réseaux sociaux. A cet égard, les conséquences de tels propos peuvent dépasser la simple sphère de la liberté d'expression si les propos tenus sur le réseau social concernent l'employeur de l'internaute, par exemple, il s'agira alors d'une problématique de droit social si l'employeur décide de sanctionner son salarié. Ainsi, si comme nous l'avons vu, une grande partie des problématiques juridiques liées aux réseaux sociaux relèvent des droits de la personnalité, mais il faut constater et étudier les problématiques liées à d'autres domaines du droit.

---

<sup>57</sup> TGI Paris 13 avril 2010, n° 10-53340

<sup>58</sup> Il semblerait, d'après des informations publiées par la société Facebook, que cette décision ait fait l'objet d'un appel et que la Cour d'appel ait donné raison à Facebook car la société mise en cause Facebook UK devait être distinguée de Facebook Inc, mais nous n'avons pas réussi à nous faire communiquer cet arrêt qui daterait du 12 janvier 2011.

## **B. Les autres problématiques juridiques**

Les principales problématiques auxquelles on pense immédiatement sont les questions de droit social puisque se sont celles qui ont fait l'objet de jurisprudences récentes(1). Mais, il faut aussi se poser la question du droit applicable à ces réseaux sociaux qui, pour la plupart, sont hébergés à l'étranger (2)

### **1) Réseaux sociaux et droit social**

Comme tout individu, le salarié a le droit de s'exprimer librement et cette liberté d'expression est d'ailleurs présente dans le code du travail. Mais, une fois encore, cette liberté a ses limites et le salarié ne doit pas en abuser (a) et à cet égard, il a été jugé que l'employeur peut se prévaloir de propos tenus sur un réseau social pour sanctionner un salarié qui aurait abusé de son droit d'expression (b).

#### **(a) Liberté d'expression des salariés**

En plus des articles généraux de la Déclaration des droits de l'Homme et du citoyen et de la Convention européenne des droits de l'Homme<sup>59</sup>, qui posent le principe générale de la liberté d'expression pour « tout citoyen », le code du travail organise expressément le « droit d'expression » du salarié à l'article L 2281-1. Cet article dispose que « *Les salariés bénéficient d'un droit à l'expression directe et collective sur le contenu, les conditions d'exercice et l'organisation de leur travail.* »

L'article L 2281-2 du même code précise que l'objectif de ce droit d'expression direct des salariés doit être l'amélioration des conditions de travail, de l'organisation de l'activité et de la qualité de la production dans l'entreprise. Toutefois, ce droit d'expression est encadré : il doit, en effet, s'exercer sur le lieu de travail et pendant le temps de travail, comme en dispose l'article L 2281-4 du code du travail. Si le salarié s'est exprimé dans ces conditions, il est alors, protégé par l'article L

---

<sup>59</sup> Articles 10 et 11 de la Déclaration des droits de l'Homme et du citoyen et article 10 de la Convention européenne des droits de l'Homme

2281-3 du même code qui interdit à l'employeur de le sanctionner ou de le licencier.

Ainsi, le droit d'expression, tel que défini dans le code du travail est restreint à l'expression sur le lieu de travail et pendant les heures de travail, c'est en cela qu'il faut le distinguer de la liberté d'expression dont bénéficie aussi les salariés, en tant que « citoyens », et qui peut s'exercer aussi bien dans l'entreprise qu'en dehors de celle-ci. Cette liberté d'expression pour les salariés a été consacrée par l'arrêt Clavaud<sup>60</sup> et confirmée par de nombreux arrêts depuis. Toutefois, pour les salariés comme pour tout individu, la jurisprudence a précisé que cette liberté d'expression était limitée par l'abus. Cet abus est caractérisé quand le salarié tient des propos injurieux, diffamatoires ou excessifs. Ainsi, il a été jugé que des accusations de fraude<sup>61</sup> ou la mise en cause de l'honnêteté du dirigeant<sup>62</sup> constituaient des abus de la liberté d'expression du salarié.

Par ailleurs, et nous verrons que cet élément a été pris en compte dans les fameux « arrêts Facebook », la jurisprudence sur la liberté d'expression des salariés tient compte de la nature de l'emploi occupé par le salarié. Ainsi, les restrictions à cette liberté doivent être justifiées par la nature de la tâche à accomplir et proportionnées au but recherché<sup>63</sup> comme en dispose l'article L 1121-1 du code du travail. Ainsi, il a été admis, par exemple, que des cadres pouvaient être astreints à un devoir de réserve renforcé.

D'autre part, la liberté d'expression du salarié est aussi limitée par son devoir de loyauté envers son employeur. En effet, la jurisprudence a interprété la notion de bonne foi dans les relations contractuelles entre le salarié et son employeur présente dans l'article L 1222-1 du code du travail comme créatrice d'un certain nombre

---

<sup>60</sup> Cass. Soc. 28 avril 1988, n° 87-41.804

<sup>61</sup> CA Paris 22<sup>e</sup> Ch, 25 octobre 2006, n°04/35480

<sup>62</sup> CA Versailles 15<sup>e</sup> Ch, 7 décembre 2006, n° 05/3748 ; Cass. Soc. 30 octobre 2002, n°00/40.868

<sup>63</sup> Cass. Soc. 22 juin 2004 n°02-42.446 ; Cass. Soc. 21 février 2007, n°04-48.760

d'obligations relevant d'un devoir général de loyauté du salarié envers son employeur. Cette création prétorienne qu'est le devoir de loyauté s'ajoute aux dispositions contractuelles de son contrat de travail pour limiter la liberté du salarié en y ajoutant un devoir de discrétion, par exemple<sup>64</sup>. Ainsi, on peut constater que la liberté d'expression du salarié est, elle aussi limitée par ce devoir de loyauté qui restreint son droit à critiquer son employeur en public, par exemple.

Ainsi, à conditions de respecter les limites précitées à savoir l'abus et le manquement au devoir de loyauté, la liberté d'expression peut s'exercer sur des supports divers. Le développement d'internet et des réseaux sociaux ont conduit à une multiplication des cas de critiques de l'entreprise par les salariés sur internet<sup>65</sup>. Le développement de ces moyens de communication comme support de l'expression des salariés ne modifie pas spécialement le fond du problème de leur liberté d'expression. Comme le soulignait certains auteurs, qu'ils s'expriment sur un réseau social ou sur le parking d'un supermarché<sup>66</sup>, le problème juridique de la liberté d'expression est le même, la question qui se pose lorsque les propos sont tenus sur un réseau social est la question de la preuve.

### **(b) La question de la preuve**

A priori, on pourrait penser que, le fait que les propos tenus, le soit par écrit sur un réseau social, simplifie les problématiques liées à la preuve. Pourtant, ce n'est pas le cas, en effet, une preuve, pour qu'elle soit acceptable devant le juge ne doit pas avoir été obtenue de manière frauduleuse ou déloyale. Or, la question se pose de savoir s'il est possible, pour un employeur, de se prévaloir de commentaires et/ou

---

<sup>64</sup> Cass. soc., 28 juin 1972

<sup>65</sup> TGI Paris, 16 octobre 2006, n°06/08820 pour des propos tenus sur un blog ; TGI Paris 9 mai 2001 n°00/19611 pour des propos tenus sur un site internet

<sup>66</sup> *Propos diffamatoires... Du caractère public ou privé des écrits sur Facebook ?* Questions à Maître Damien Soltner, avocat au barreau d'Angers, Lexbase Hebdo n°419

discussions de son employé publiés sur un réseau social pour justifier un licenciement. Nous avons vu précédemment que, sur le principe, la liberté d'expression du salarié a des limites et que par conséquent, il est possible de licencier un salarié pour manquement à son devoir de loyauté ou pour abus de sa liberté d'expression si celui-ci a tenu des propos excessifs contre son employeur. Il faut donc bien comprendre que la question que nous nous posons, ici, et celle que s'est posée le conseil de prud'hommes de Boulogne Billancourt dans sa, désormais, célèbre décision<sup>67</sup> du 19 novembre 2010, n'est pas celle de savoir si les salariés sont libres de s'exprimer sur Facebook, parce que le fait qu'ils se soient exprimés sur un réseau social n'affecte en rien le principe général de la liberté d'expression des salariés et ses limites.

Pour mieux comprendre notre propos, rappelons les faits, trois salariés d'une société d'ingénierie ont été licenciés pour « *incitation à la rébellion contre la hiérarchie et dénigrement envers la société* ». L'un d'entre eux, celui sur le « mur » Facebook duquel les propos ont été tenus, a choisi de transiger avec son ancien employeur tandis que les deux autres salariées ont contesté leur licenciement. Elles contestent, en effet, la faute grave qui leur est reprochée, considérant que les propos ont été échangés en dehors des heures de travail (un samedi soir) au cours d'une discussion privée, sur la page Facebook personnelle de l'un des salariés de l'entreprise à laquelle tous les internautes n'ont pas accès. Enfin, si les salariées ne contestent pas que ces propos peuvent constituer un motif de licenciement, elles refusent la qualification de « dénigrement » de l'entreprise, considérant qu'il s'agissait de propos humoristiques tels que l'on peut le constater par la présence d'onomatopées et de « smiley ». Ici, deux questions étaient posées au conseil de prud'hommes. La première, qui ne concerne pas directement notre analyse, était celle de la détermination de la nature abusive ou non des propos tenus. La deuxième était celle de la recevabilité de la preuve de ces propos, à savoir, une copie

---

<sup>67</sup> Cons. Prud'h. Boulogne-Billancourt 19 novembre 2010, n° 09/00316 voir Annexe D

d'écran faite par un salarié de l'entreprise qui avait accès au « mur » sur lequel les commentaires avaient été inscrits et qui avait transmis ce document à la direction de l'entreprise.

Concernant cette preuve, les salariés considéraient qu'elle avait été obtenue en violation de leur droit au respect de leur vie privée et qu'elle était donc illicite. La direction, quant à elle soulignait qu'elle avait obtenue la copie d'écran par l'intermédiaire d'un autre salarié de l'entreprise qui avait eu accès à la discussion et elle contestait donc le caractère privé de celle-ci. Pour répondre à cette question difficile du caractère public ou privé d'une discussion sur Facebook, le Conseil de prud'hommes de Boulogne-Billancourt procède de manière extrêmement pragmatique. Il constate que le salarié sur le mur duquel les propos ont été tenus « *a choisi dans le paramètre de son compte, de partager sa page Facebook avec « ses amis et leurs amis », permettant ainsi un accès ouvert, notamment par les salariés ou anciens salariés de la société AltenSir* » et en conclut que « *ce mode d'accès à Facebook dépasse la sphère privée* » ce qui l'amène à décider que « *la production de la page mentionnant les propos incriminés constitue un moyen de preuve licite du caractère fondé du licenciement* ». L'employeur n'a donc pas porté atteinte au droit de ses salariés au respect de leur vie privée en se prévalant de leur échanges sur un réseau social pour justifier leur licenciement.

Par ailleurs, sur la qualification des propos tenus, le Conseil confirme leur caractère abusif et le fait qu'ils aient nui à l'image de l'entreprise, et ce, d'autant plus que les salariées incriminées étaient en charge du recrutement. En outre, pour constater le préjudice subi par la société, le Conseil constate que parmi les « amis » Facebook du salarié sur le « mur » duquel les propos ont été tenus onze étaient salariés de l'entreprise, ce qui confirmait l'atteinte à l'image au sein de l'entreprise, tandis que, du fait des paramètres de configuration du compte du salarié, des personnes extérieures à l'entreprise étaient susceptibles d'avoir eu accès aux propos désobligeants, ce qui nuisait à l'image externe de l'entreprise.

Cette décision, qui est l'une des premières décisions sur les problématiques liées aux réseaux sociaux, a été très largement commentée. Et beaucoup d'auteurs se sont demandé quelle portée il fallait lui donner. On sait qu'elle fera très probablement l'objet d'un appel et, par conséquent, il faudra attendre cet arrêt pour avoir une réponse définitive sur les questions qui étaient posées. Toutefois, comme nous l'avons vu précédemment, la démarche entreprise, ici, par les juges du Conseil de prud'hommes est très intéressante, mais elle pose des questions nouvelles. En effet, il semble que le Conseil ait décidé que le caractère public ou privé d'une publication sur Facebook doit être déterminé en fonction des paramètres du compte de la personne sur la page de laquelle les commentaires sont publiés. Nous savons, depuis cette décision, qu'une publication sur un compte ouvert « aux amis des amis » est considérée comme « publique » mais qu'en est-il d'un compte ouvert seulement aux « amis », cette décision signifie-t-elle qu'une telle page est nécessairement « privée » ou doit-on tenir compte du nombre d' « amis » du propriétaire de la page<sup>68</sup> ? En effet, certains auteurs ont souligné qu'il pourrait sembler logique de distinguer le cas d'une personne ayant quelques dizaines d'amis de celui d'une personne ayant, comme cela est relativement courant sur Facebook, plusieurs centaines d'amis. Peut-on, en effet, considérer qu'une publication sur un « mur » ouvert, certes seulement aux « amis », mais de fait, à plusieurs centaines de personnes est une publication privée ?

En outre, du point de vue stricte du droit social, certains se sont étonnés de cette décision, au regard de la jurisprudence généralement relativement favorable aux salariés concernant le respect de leur vie privée. En effet, si on pense à la question du secret des correspondances, par exemple, la jurisprudence s'est montrée relativement protectrice du salarié. En effet, il a été jugé<sup>69</sup>, à l'issue d'une controverse jurisprudentielle importante que l'employeur ne peut pas

---

<sup>68</sup> J-E Ray, *Little Brothers are watching you*, Semaine Sociale Lamy, 2010

<sup>69</sup> Cass. Soc. 22 octobre 2001, Nikon France

consulter les messages de ses salariés identifiés comme étant « personnels » sans leur autorisation, même ceux que les salariés échangent pendant leur temps de travail et grâce à la messagerie professionnelle que l'employeur met à leur disposition. Ainsi, on peut s'étonner de voir la jurisprudence aussi protectrice de la vie privée du salarié lorsqu'il se trouve dans l'enceinte de l'entreprise et pendant ses heures de travail tandis qu'elle admet son licenciement pour des propos tenus en dehors de son lieu de travail et pendant le weekend. Mais, là encore, il faut reconnaître qu'il s'agit de deux sujets différents, du moins, si l'on considère, comme l'a fait le Conseil de prud'homme de Boulogne-Billancourt, que les propos tenus sur Facebook ne sont pas des correspondances privés mais des propos publics.

Enfin, selon nous, la dernière question que pose cet arrêt est celle de savoir si l'on peut étendre cette jurisprudence aux autres réseaux sociaux ou s'il faut, là aussi tenir compte des spécificités de chaque réseau social. Twitter, comme nous l'avons vu précédemment, permet à tout internaute, inscrit ou non sur son site de lire les « tweets » de ses membres, Facebook en revanche limite l'accès des non-membres à certaines informations sur ses membres. Doit-on en déduire que les « tweets » sont nécessairement « publics » ? Cela semblerait logique mais pour le moment aucune décision n'est venue nous le confirmer.

Ainsi, les réseaux sociaux, s'ils ne modifient pas nécessairement le fond du droit applicable, la liberté d'expression des salariés a, et a toujours eu, des limites, ils nous obligent à redéfinir les notions, telles que celle de la « sphère privée », pour mieux les adapter à cette nouvelle réalité. Mais le droit social n'est pas le seul domaine du droit « touché » par le phénomène des réseaux sociaux, le droit international est lui aussi mis à contribution.

## **2) Réseaux sociaux et droit international**

Le 2 octobre 2008 Facebook annonce l'implantation de son siège international à Dublin, à peine quelques jours plus tard, un bureau est



ouvert à Paris. Aujourd'hui, la société a des bureaux aux quatre coins du monde. Et ce phénomène de globalisation n'est pas propre à Facebook, Twitter, LinkedIn ou encore Viadeo, pour ne citer qu'eux sont aussi des réseaux mondiaux. Or, face à des utilisateurs répartis dans le monde entier, il est naturel que l'on se pose la question de savoir quel droit est applicable à tous ces réseaux. En cas de litige entre un utilisateur et le réseau, devant quel tribunal doivent-ils faire valoir leurs arguments ? Nous verrons dans un premier temps que la solution envisagée par les sociétés concernées n'est pas nécessairement valable dans les différents pays dans lesquels elles sont présentes (a). Dans un second temps nous nous interrogerons sur les solutions à envisager à ce problème de conflit de loi (b).

### **(a) Les clauses internationales**

Les conditions générales d'utilisation de Facebook, comme de Twitter ou encore de LinkedIn<sup>70</sup>, qui sont d'ailleurs, très similaires, contiennent toutes une clause de droit applicable et une clause attributive de juridiction. Citons, à titre d'exemple la clause correspondante des conditions générales de Twitter :

*« Les présentes Conditions et toute action en rapport avec ces dernières seront régies par les lois de l'État de Californie, sans considération ou application d'un éventuel conflit quant aux dispositions légales de l'Etat ou du pays de résidence de l'utilisateur. Toutes réclamations, toutes actions en justice ou tout litige survenant dans le cadre des Services seront déposés uniquement au comté de San Francisco en Californie. L'utilisateur consent également à la compétence et au lieu de ces tribunaux et renonce à toute objection quant au lieu de déroulement des procédures. »*

Ainsi, à première vue, et c'est ce que les sociétés concernées prétendent, la question de la loi applicable et de la juridiction qui devra être consultée en cas de litige, est réglée par cette clause. Pourtant,

---

<sup>70</sup> Pour les conditions générales d'utilisations de Facebook et de Twitter voir respectivement les Annexes A et B

comme l'ont souligné de nombreux auteurs<sup>71</sup> et comme l'a signalé le Comité économique et social européen<sup>72</sup> les clauses de droit applicable et d'autorité compétente de ces conditions générales risquent très fortement de ne pas prospérer dans de nombreux pays et en particulier dans l'Union Européenne. En effet, l'article 6 2° de la directive 93/13/CEE du Conseil, du 5 avril 1993, concernant les clauses abusives dans les contrats conclus avec les consommateurs dispose que « *Les États membres prennent les mesures nécessaires pour que le consommateur ne soit pas privé de la protection accordée par la présente directive du fait du choix du droit d'un pays tiers comme droit applicable au contrat, lorsque le contrat présente un lien étroit avec le territoire des États membres.* »

Or, il est constant que le contrat passé entre un utilisateur d'un réseau social et la société gérant le réseau est un contrat de consommation au sens de la directive précitée. Par conséquent, dans tous les cas où les lois de l'Etat de Californie, qui sont celles visées dans les conditions générales d'utilisation de la plupart des réseaux sociaux américains ne sont pas aussi protectrices des intérêts du consommateur européen que le droit européen, celui-ci pourra obtenir l'application du droit européen malgré la clause des conditions générales.

Concernant le problème de l'attribution de la compétence aux tribunaux californiens, là encore le droit européen, à travers la jurisprudence de la Cour de justice de l'Union Européenne, est venu protéger le consommateur qui se voit opposer une clause d'attribution de compétence. Ainsi, dans l'arrêt *Océano Grupo*<sup>73</sup>, la Cour a jugé abusive une clause de prorogation de for qui « *fait peser sur le consommateur l'obligation de se soumettre à la compétence exclusive*

---

<sup>71</sup> P-Y. Gautier, *Réseaux sociaux sur l'internet, données personnelles et droit des contrats*, D. 2009, p.616

<sup>72</sup> Avis CESE sur « L'impact des réseaux de socialisation et leur interaction dans le domaine du citoyen/consommateur », JO du 18 mai 2010, C128, p 69, 5.13

<sup>73</sup> CJUE 27 juin 2000, aff. C-240/98 à aff. C-244/98

*d'un tribunal qui peut être éloigné de son domicile, ce qui est susceptible de rendre sa comparution plus difficile ».*

Ainsi, les clauses de droit applicable et attributives de compétence des conditions générales d'utilisation de la majorité des réseaux sociaux sont inefficaces. Deux questions se posent alors : quel droit appliquer et quelle juridiction choisir en cas de litige?

### **(b) Des conflits de loi**

Si un litige survient entre deux utilisateurs d'un réseau social ou entre un utilisateur d'un réseau social et une personne qu'il a diffamé ou injurié, par exemple, a priori, le fait que le litige ait un rapport quelconque avec un réseau social n'entre pas en considération dans le choix du droit applicable et de l'autorité compétente. En effet, si on est face à une situation internationale, on appliquera les règles de droit commun de conflit de loi et de juridiction du droit international, dans notre exemple, il s'agirait des règles spécifiques aux questions de responsabilité délictuelle. Ainsi, si la situation permettait d'entrer dans son champ d'application, on appliquerait probablement les règles décrites dans le règlement Rome II<sup>74</sup>. Nous ne décrivons pas, ici, toutes les règles de conflit prévues dans le règlement Rome II car cela ne concerne pas directement notre sujet, puisqu'il s'agit d'appliquer le droit commun et que le fait que le dommage ait eu lieu sur un réseau social n'affecte pas ces règles. Nous nous contenterons de signaler que, dans certains cas, le fait que le dommage ait eu lieu sur internet peut compliquer la localisation nécessaire pour résoudre le conflit de loi et nous noterons que le règlement ne traite pas spécifiquement ce problème, l'application du droit commun est donc de rigueur. Ainsi, pour les litiges survenant sur les réseaux sociaux et portant sur des obligations non contractuelles, le droit commun s'applique pour déterminer quel est le droit applicable.

---

<sup>74</sup> Règlement (CE) n° 864/2007 du 11 juillet 2007 sur la loi applicable aux obligations non contractuelles (dit "Rome II")

Il convient maintenant de nous interroger sur le droit applicable aux obligations contractuelles en rapport avec les réseaux sociaux, autrement dit, nous nous interrogeons sur le droit applicable au contrat que chaque utilisateur passe avec la société qui fournit le « service » de réseau social lors de l'inscription. Comme nous l'avons vu précédemment, il semble que, au moins dans l'Union Européenne et, probablement, dans d'autres ordres juridiques, les clauses de droit applicables et de juridiction compétente sont inefficaces mais quel droit est alors applicable ?

En l'absence de traité ou d'accord international à vocation universelle sur la régulation de ces activités, l'insécurité juridique demeure. Les sociétés concernées, Facebook, Twitter et autres, continuent à s'accrocher à leurs clauses et considèrent le droit de l'Etat Californien applicable même si de nombreuses voix se sont élevées pour les contredire. Le G29, groupe des « CNIL européennes » a affirmé dans son avis<sup>75</sup> du 12 juin 2009 l'applicabilité du droit européen sur la protection des données aux réseaux sociaux et ce, même quand leur siège ne se trouve pas en Europe. Le groupe a conscience que les grands réseaux sociaux américains ne partagent pas cette analyse mais il reconnaît que ces réseaux s'efforcent de respecter la plupart des principes de protection des données et il cite en particulier LinkedIn qui est allé plus loin que les autres en effectuant les formalités déclaratives auprès de la CNIL. Les CNIL européennes ont également fait un certain nombre de recommandations aux acteurs de ce marché et ont demandé aux réseaux sociaux de leur répondre en leur indiquant « dans quelle mesure ils comptent mettre en œuvre ces recommandations ».

Nous pensons que cette tentative du G29 de « raisonner » les acteurs des réseaux sociaux est représentative de la relative impuissance des Etats et des autorités en charge de ces problématiques face à ces « géants » internationaux qui semblent

---

<sup>75</sup> Avis 5/2009 sur les réseaux sociaux en ligne adopté le 12 juin 2009 voir Annexe C

intouchables. En effet, tant que les Etats ne se seront pas coordonnés pour mettre en place un système de réglementation spécifique, la seule solution pour les autorités compétentes est de faire des recommandations en espérant que les acteurs du secteur accepteront de s'y soumettre. La seule « arme » qui semble réellement efficace contre eux est la « communication ». La seule chose que les entreprises exploitant les réseaux sociaux craignent réellement c'est une mauvaise publicité sur le fait qu'ils utilisent les données de leurs membres... C'est en brandissant cette « arme »-là que certaines autorités ont réussi à leur faire signer des chartes et des déclarations de bonne intention. Mais, celles-ci ne créent que de la « soft law », c'est-à-dire qu'elles n'engagent que leurs signataires, or, comme nous l'avons vu, les plus grands acteurs du secteur comme Facebook et Twitter sont encore relativement réticents à s'engager de la sorte. Pourtant, il faut admettre que, même si de nombreuses autorités<sup>76</sup> appellent à une réglementation au plan international de ces services, une telle réglementation risque fort de ne pas voir le jour avant plusieurs années, notamment en raison de la réticence d'Etats plus libéraux tels que les Etats-Unis qui sont justement les Etats qui hébergent beaucoup de ces réseaux. Par conséquent, toute imparfaite qu'elle soit, la solution de l'autorégulation par ces acteurs doit être encouragée car elle semble être la seule solution à court terme.

---

<sup>76</sup> Comme le Comité économique et social européen (voir avis du 18 mai 2010 précité) ou le G29 (voir avis du 12 juin précité)

## Conclusion

Ainsi, les réseaux sociaux sont un phénomène planétaire que l'on ne peut plus nier et qui est entré dans les mœurs. Comme tout nouveau phénomène, ils doivent être appréhendés par le droit. Notre droit positif, à travers la loi pour la confiance dans l'économie numérique, la loi « Informatique et Liberté » et la loi sur la liberté de la presse, permet de répondre à certaines des problématiques liées à ces réseaux. Toutefois, il faut admettre que leurs spécificités sont parfois mal appréhendées par nos lois telles qu'elles existent aujourd'hui. Et ce, en particulier parce que ces réseaux ont pris une importance telle qu'ils ont des répercussions, non seulement sur le droit de l'internet et des communications mais aussi, et peut-être même surtout, dans d'autres domaines aussi différents que les droits de la personnalité, le droit social ou encore le droit international.

La question qu'il nous faut alors nécessairement nous poser est : faut-il envisager de légiférer dans le sens de la création d'un régime juridique spécifique pour les réseaux sociaux ? Une telle législation aurait probablement l'avantage de simplifier le régime applicable qui, aujourd'hui, dépend de nombreux textes. Pourtant, l'étude des réseaux sociaux, à notre avis, montre que, si une telle simplification serait la bienvenue, encore faudrait-il qu'elle soit efficace et appliquée. Or, le problème principal dans l'optique d'une réglementation sur les réseaux sociaux est le caractère global de ces réseaux. En effet, la plupart de ces réseaux, dont les plus importants sont d'origine américaine, ont des utilisateurs partout dans le monde et, il leur est difficile de respecter toutes les législations de tous les pays dans lesquels ils sont présents. Donc, le risque, en légiférant sur la question, est, tout simplement, que les réseaux sociaux n'appliquent pas la nouvelle réglementation et qu'elle soit, par conséquent, complètement inefficace. C'est la raison pour laquelle, aussi bien au niveau national que européen, plutôt que de légiférer, les autorités ont préféré inciter les

acteurs de ce secteurs à s'autoréguler par le biais de chartes, notamment. Les limites de ce système viennent du fait qu'il est basé sur la « bonne volonté » des réseaux et que ces chartes, contrairement à une législation, n'engage que leurs signataires. Or, aujourd'hui, les plus grands réseaux comme Facebook se montrent encore relativement réticents à signer de tels engagements.

Ces limites sont, selon nous, les raisons pour lesquels il faudrait légiférer mais non pas au niveau national. Il faut que les différents pays concernés trouvent un accord sur des standards minimaux que ces réseaux devraient respecter, par exemple, en termes de partage des données ou d'informations des utilisateurs. Un tel accord ne sera probablement pas trouvé avant un certain nombre d'années mais il faut l'appeler de nos vœux car c'est, nous semble-t-il le seul moyen de contrôler réellement efficacement ces réseaux.

## Bibliographie

E. Albou, *Les modes de preuve électronique dans la procédure de divorce ou de séparation*, AJ Famille 2009, p.344

B. Audit, *Propos introductifs Droit international de l'internet*, RLDI, 2010 n°63

M. Berguiga et C. Thiérache, *L'oubli numérique est-il de droit face à un mémoire numérique illimitée ?*, RLDI, 2010, n°62

F. Bitan, JCL Courrier électronique, Fasc 4740

C. Caron, *Droit d'auteur et droits voisins*, 2006, Litec

G. Cornu, *Vocabulaire juridique*, 8<sup>e</sup> édition, PUF

J. Couard, *Facebook est un prestataire technique de services de communication au public en ligne assimilable à un hébergeur de sites*, RLDI 2010/64

E. Derieux, *La notion de « publication »*. – *Les insupportables incertitudes du droit*, JCP G n° 49, 6 décembre 2010, 1195

S. Dupuy-Busson, *La liberté d'expression sur internet : les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, ...) ne sont pas des zones de non-droit*, PA 15 juillet 2002, n°140, p10

C. Fel et E. Sordet, *L'utilisation des réseaux sociaux par l'entreprise et ses collaborateurs*, JCP S, 20 juillet 2010, n° 29, 1307

P.Y. Gautier, *Réseaux sociaux sur l'internet, données personnelles et droit des contrats* D. 2009, p. 616

R. Hardouin, *Facebook ou l'établissement de la frontière entre espace public et sphère privée*, RLDI, 2011, n°67

J-P Hugot, *De nouvelles responsabilités sur l'internet : du vide au flou juridique*, Légipresse 2002, n°191, II, p.51

V. Nisato, JCL Régime juridique du blog, Fasc 4755

Lexbase Hebdo n°431, *Le droit à l'image sur l'autel des réseaux sociaux – Questions à Emmanuel Pierrat, Avocat à la Cour*

J-E Ray, *Little Brothers are watching you*, Semaine Sociale Lamy, 2010



C. Rojinsky, B. Tabaka, JCL Forums de discussion, Fasc 4750  
*Propos diffamatoires... Du caractère public ou privé des écrits sur Facebook ?* Questions à Maître Damien Soltner, avocat au barreau d'Angers, Lexbase Hebdo n°419

C. Strugala, *La protection de la personnalité à l'épreuve du numérique*, revue Lamy Droit de l'immatériel 2010

Cyberlex, rapport « *l'oubli numérique est-il de droit face à une mémoire numérique illimitée ?* » 25 mai 2010, sous la direction de C. Thiérache

C. Thiérache, *Le droit à l'oubli numérique : un essai qui reste à transformer*, RLDI, 2010, n°67

L. Thoumyre, *Les notions d'éditeur et d'hébergeur dans l'économie numérique*, D. 2010, p. 837

# **Annexe A : Les conditions générales de Facebook**

## **Annexe B : Les conditions générales de Twitter**

## **Annexe C : Avis du G29 sur les réseaux sociaux en ligne**

## **Annexe D : Décision du Conseil de prud'hommes de Boulogne-Billancourt**