

TABLE RONDE DU 20 FEVRIER 2014
« QUELS DROITS POUR LES RESEAUX SOCIAUX ? »

RESEAUX SOCIAUX ET ACTIVITE PROFESSIONNELLE

PRESENTÉ PAR
M^{LLES} AUDREY CHARLES, CAMILLE EBERT ET M. VALENTIN BOULLIER

RAPPORT REALISE SOUS LA DIRECTION DE M. FREDERIC LAURIE
MASTER II « DROIT DES MEDIAS ET DES TELECOMMUNICATIONS »
FACULTE DE DROIT ET DE SCIENCES POLITIQUES
AIX-MARSEILLE UNIVERSITE

ANNEE UNIVERSITAIRE 2013-2014



TABLE DES ABREVIATIONS

§	Paragraphe
Al.	Alinéa
Art.	Article
CNIL	Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés
<i>Comm. com. électr</i>	<i>Communication commerce électronique</i>
C. pén.	Code pénal
C. santé publ.	Code de la santé publique
C. travail	Code du travail
<i>JCP G</i>	<i>Jurisclasseur périodique - édition générale</i>
LCEN	Loi sur la Confiance en l'Economie Numérique
NDRH	Association Nationale des Directeurs des Ressources Humaines
RH	Ressources Humaines
RIN	Règlement Intérieur National de la profession d'avocat
<i>op. cit.</i>	<i>Opus Citatum</i>
p.	Page

SOMMAIRE

TABLE DES ABREVIATIONS	2
SOMMAIRE	3
INTRODUCTION	4
PARTIE I	6
RÉSEAUX SOCIAUX & ACTIVITÉ SALARIALE	6
Section I : Les réseaux sociaux, un outil de recrutement en pleine expansion	7
Section II : Les réseaux sociaux, un moyen d'expression conditionné par la relation salariale	19
PARTIE II	38
RÉSEAUX SOCIAUX & ACTIVITÉ LIBÉRALE	38
Section I : Les réseaux sociaux au service des ordres et de leurs membres	39
Section II : L'encadrement strict de l'utilisation des réseaux sociaux par les ordres	50
BIBLIOGRAPHIE	70
TABLE DES MATIERES	75

INTRODUCTION

Le développement d'Internet et notamment du web 2.0 a changé nos modes de communication. Un de ces nouveaux modes de communication qui est devenu incontournable dans notre société est le réseau social. Le réseau social est un ensemble de services de communications électroniques regroupés dans une même interface web, permettant à toutes personnes, physiques ou morales, participant d'une même communauté d'intérêts, de partager au sein de cette même communauté des contenus numériques de toute nature de caractère public et/ou privé, personnel et professionnel à des fins d'information, de promotion, de suggestion, de distraction, de mobilisation, de revendication, etc. Ces réseaux sociaux sont devenus au-delà d'un nouveau mode de communication, un outil de sociabilisation.

En tant que nouveau mode de communication, l'usage des réseaux sociaux a rapidement gagné la sphère professionnelle. En effet, l'organisation du travail a considérablement évolué grâce à ces modes de communication. Ce constat s'affirme aujourd'hui quel que soit la taille, le métier ou le secteur d'activité d'une entreprise publique ou privée.

Cette immixtion dans le monde du travail a contraint le législateur à élaborer de nouvelles normes qui ont pour objectif de protéger la vie privée dans le cadre d'un environnement en ligne au risque, parfois, de limiter la liberté d'expression. Car si les impacts et les enjeux de l'utilisation des réseaux sociaux semblent évidents dans notre vie privée, quand est-il pour notre vie professionnelle ?

Il est donc nécessaire d'étudier l'impact que peuvent avoir les réseaux sociaux dans la sphère professionnelle. Ainsi, s'il est évident que les réseaux sociaux sont un atout incontournable en termes de marketing ou de relation client, ils ont également un impact important sur l'activité professionnelle en elle-même, d'une part au sein de la relation salariale (Partie 1) mais également dans le cas des activités libérales (Partie 2).

PARTIE I

RESEAUX SOCIAUX & ACTIVITE SALARIALE

L'objectif d'un réseau social est de permettre à ses utilisateurs de s'exprimer et de communiquer avec d'autres personnes ayant le même centre d'intérêt. Outil d'échange et de partage, ce nouveau mode de communication a eu un impact considérable sur la relation qu'il peut exister entre un (futur) salarié et son employeur.

Il faut tout d'abord noter que la phase de recrutement d'un salarié n'a pas échappé à cette « digitalisation ». En effet, les réseaux sociaux permettent d'identifier facilement des profils ou des compétences, mais également car ils facilitent la prise de contact rapide avec les candidats ou futurs collaborateurs. Désormais pour être connu professionnellement, il faut exister sur Internet. C'est pourquoi il est important pour les candidats de protéger leurs informations personnelles et de travailler leur identité numérique afin de ne pas mélanger leur vie professionnelle et leur vie personnelle. Ainsi, les réseaux sociaux permettent donc à l'employeur de diffuser des offres d'emplois et de cibler un candidat potentiel mais ils permettent également aux candidats et aux salariés de se construire un véritable réseau professionnel.

D'autre part, aujourd'hui les réseaux sociaux se sont inéluctablement installés dans les entreprises et les administrations. Cependant, cet outil peut faire l'objet de nombreuses dérives dans le cadre de l'activité salariale. En effet, si la liberté d'expression du salarié est une liberté fondamentale indiscutable, la publication de certains propos sur les réseaux sociaux par celui-ci peut porter atteinte à l'e-réputation de la personne morale pour le compte de laquelle il travaille. Ces atteintes peuvent prendre différentes formes telles que le dénigrement de l'entreprise ou de ses marques, mais également le dénigrement de sa hiérarchie ou encore la diffusion de fausses rumeurs. Ainsi, l'image de l'entreprise semble être au cœur de la problématique de l'utilisation des réseaux sociaux dans le cadre de l'activité professionnelle : l'entreprise ou l'administration a une renommée malgré elle sur Internet, à travers les propos de ses salariés. Le contrat de travail, par le lien de subordination qui en découle, pourrait alors donner naissance à une limite à la liberté d'expression par les obligations qu'il impose aux salariés et ainsi permettre une protection de l'image de la personne morale.

C'est pourquoi, si aujourd'hui les réseaux sociaux s'affirment comme de véritables nouveaux outils dans le recrutement des salariés (Section I), ils peuvent également devenir une limite à la liberté d'expression dans le cadre d'une relation salariale (Section II).

Section I : Les réseaux sociaux, un outil de recrutement en pleine expansion

Les réseaux sociaux sont devenus un mode de communication à part entière. Ils ont pour principale fonction de maintenir et d'étendre notre réseau social en permettant un échange continu d'informations indépendamment de notre position géographique. Cependant, les réseaux sociaux sont utilisés à d'autres fins particulièrement dans le monde du travail. Ainsi, en tant que source d'informations, ils sont devenus un outil très prisé en matière de recrutement (§1) à tel point que des réseaux sociaux professionnels ont été créés (§2).

§1. Les réseaux sociaux, un moyen de vérification de l'aptitude du salarié

La phase de recrutement est l'étape préalable à toute formation de contrat de travail. C'est une étape clef qui par nature est sélective. Or cette sélectivité est encadrée par le Code du travail (A). En outre, les réseaux sociaux impactent de plus en plus cette phase de recrutement en tant que source primaire d'informations sur le candidat (B).

A. Une phase de recrutement encadrée

Par principe, le choix du futur salarié est laissé à la discrétion de l'employeur. Mais le code du travail au sein de ces articles L1221-6 à L1221-9 entend poser un cadre juridique minimal à la procédure de recrutement. Ces règles ont pour vocation la lutte contre la discrimination afin de promouvoir l'égalité des chances entre les différents candidats à un emploi ainsi que la protection du candidat.

L'employeur, dans son rôle de recruteur, va être soumis à trois obligations principales qui vont délimiter son comportement et ses actions lors du recrutement d'un futur collaborateur.

Dans un premier temps, le Code du Travail en son article L1221-6 précise le régime des informations demandées par l'employeur au candidat. Ainsi, ces « informations demandées, sous quelque forme que ce soit, au candidat à un emploi ne peuvent avoir comme finalité que d'apprécier sa capacité à occuper l'emploi proposé ou ses aptitudes professionnelles ». De plus, « ces informations doivent présenter un lien direct et nécessaire avec l'emploi proposé ou avec l'évaluation des aptitudes professionnelles ».

Le but de cet article L1221-6 C. travail est d'empêcher l'employeur de soumettre son candidat à des questions portant sur sa vie privée ou sur son appartenance syndicale. Ainsi, si l'information sollicitée est sans lien avec l'emploi, le candidat peut refuser de la fournir voire même saisir le

tribunal, civil ou pénal, selon la nature de l'atteinte qu'il a subie. En revanche, l'employeur peut s'informer de la possession, par l'intéressé, du permis de conduire si l'emploi à pourvoir le nécessite effectivement.

En outre, concernant ces informations demandées, l'article L1221-7 C. travail soumet les entreprises d'au moins cinquante salariés, à une obligation de protection de l'identité du candidat lors de l'examen des réponses fournies par ce dernier. L'employeur doit donc examiner les réponses écrites fournies par le candidat dans des « conditions préservant son anonymat ».

Dans un deuxième temps, l'article L1221-8 C. travail détermine les conditions de mises en œuvre des méthodes et techniques d'aide au recrutement. Ces méthodes et techniques d'aide au recrutement ou d'évaluation des candidats à un emploi doivent être pertinentes au regard de la finalité poursuivie. De plus, l'employeur a pour obligation d'informer expressément le candidat à un emploi des méthodes et techniques d'aide au recrutement utilisées à son égard, préalablement à leur mise en œuvre. Les résultats obtenus grâce à ces méthodes et techniques d'aide au recrutement sont soumis au régime de confidentialité.

Dans un troisième, l'article L1221-9 C. travail pose une obligation générale à l'employeur d'information du candidat des méthodes de collecte d'informations personnelles qui vont être utilisées. Ainsi, « aucune information concernant personnellement un candidat à un emploi ne peut être collectée par un dispositif qui n'a pas été porté préalablement à sa connaissance ».

A contrario des trois obligations pesant sur l'employeur pendant la phase de recrutement, le candidat n'est tenu que par une obligation de bonne foi concernant ces demandes d'informations¹. Par conséquent, lorsque la demande d'information est pertinente au regard des caractéristiques de l'emploi proposé, le candidat doit donner une réponse exacte. Une fausse déclaration de sa part peut, si elle est à l'origine d'une situation préjudiciable à l'employeur, justifier la rupture ultérieure de son contrat de travail.

¹ Art. L1221-6 C. travail

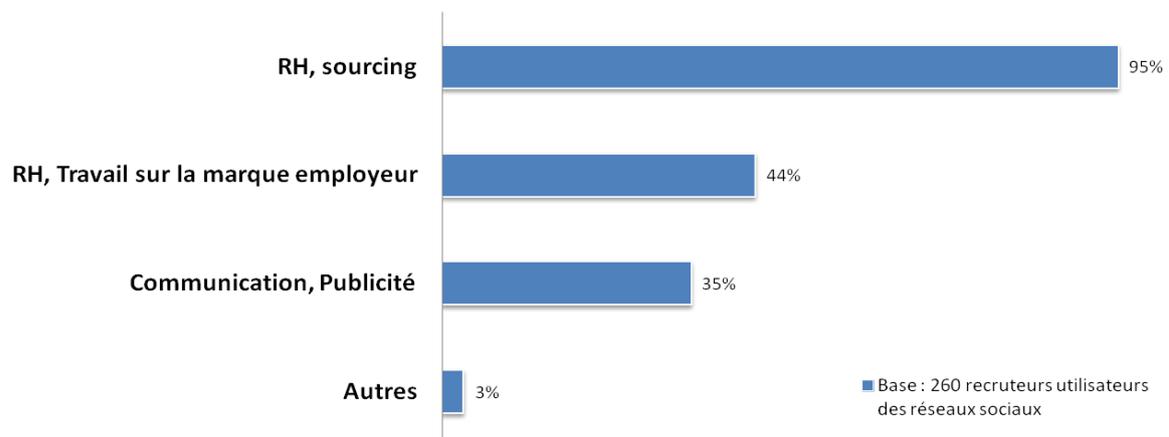
Malgré ces obligations pesant sur l'employeur et le candidat, la phase de recrutement reste principalement caractérisée par la liberté d'action de l'employeur quand aux choix des méthodes de recrutement et du candidat lui-même. Concernant les méthodes de recrutement utilisées, les réseaux sociaux sont en train de prendre une place importante dans le processus de recrutement.

B. Les réseaux sociaux, une source primaire d'informations

Une enquête effectuée en ligne par RegionsJob² en juin et juillet 2012 a permis d'étudier l'impact des réseaux sociaux sur le processus de recrutement. RegionsJob est le premier site internet français privé de gestion de carrière³. Pour la troisième année consécutive, ce site internet a publié son enquête sur les réseaux sociaux et le recrutement : « Emploi & Réseaux sociaux »⁴. Cette enquête en ligne a été effectuée auprès d'un échantillon de 8116 candidats et 490 recruteurs, adhérents de l'Association Nationale des Directeurs de Ressources Humaines.

1. Un outil de sourcing

Dans quel(s) but(s) utilisez-vous les réseaux sociaux ?



Enquête « Emploi & Réseaux Sociaux » de Regionjob, 3e édition, 2012.

² www.regionsjob.com

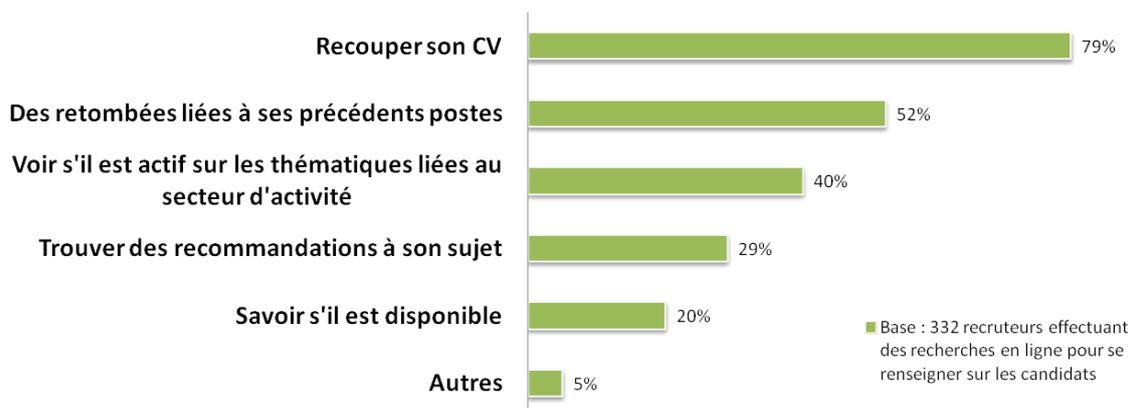
³ Xiti- OJD Avril 2012

⁴ http://groupe.regionsjob.com/media/docs/resultats_enquete_2012.pdf

L'utilisation première des réseaux sociaux par les entreprises est avant tout faite dans une optique de recrutement afin de se sourcer⁵. En effet, les réseaux sociaux sont une mine conséquente d'informations sur le candidat. De plus, il s'agit d'informations de première main sur le candidat puisqu'il est lui-même l'auteur de leur mise en ligne. Ainsi, 95% des entreprises utilisent les réseaux sociaux comme outil de sourcing, soit bien plus que pour travailler leur marque employeur (44%) ou encore pour leur communication (35%).

Les réseaux sociaux sont donc une mine d'information essentielle sur le candidat pour le recruteur. Mais la question qui se pose est de savoir à quelles fins le recruteur va-t-il utiliser cette source d'informations primaire ?

Que recherchez-vous en priorité quand vous vous renseignez sur un candidat en ligne?



Enquête « Emploi & Réseaux Sociaux » de Regionjob, 3e édition, 2012.

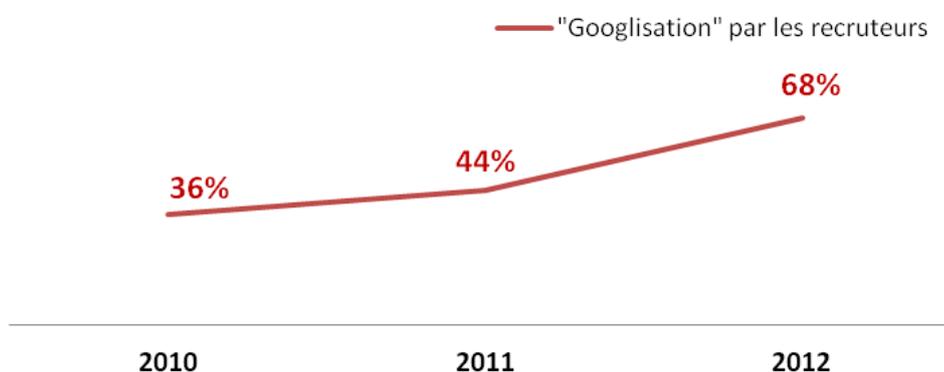
Les recruteurs utilisent donc les informations présentes sur les réseaux sociaux afin de mieux connaître leurs candidats. Ainsi, 79% des recruteurs vont se servir des réseaux sociaux pour vérifier les informations données par le futur salarié dans son curriculum vitae. En deuxième position, avec

⁵ Définition du mot sourcer = point de départ, origine d'une chose (d'un renseignement, par exemple).

52%, les réseaux sociaux vont permettre de vérifier l'expérience du candidat. En troisième position, les recruteurs vont s'intéresser à l'investissement du candidat dans son secteur d'activité (40%).

Les recruteurs vont utiliser les réseaux sociaux afin de sécuriser leur future embauche grâce à une meilleure connaissance du candidat. Une autre technique est utilisée dans la recherche de renseignements sur le candidat, technique qui va aussi s'appuyer sur les réseaux sociaux.

Faites-vous des recherches en ligne pour vous renseigner sur des candidats ayant postulé dans votre entreprise ?



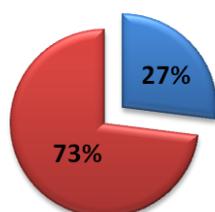
Enquête « Emploi & Réseaux Sociaux » de Regionjob, 3e édition, 2012.

La « Googlisation »⁶ fait référence à la pratique qui consiste à rechercher des informations en ligne via le moteur de recherche « Google ». La « Googlisation » devient pour les recruteurs, un réflexe de plus en plus courant et un moyen de faire le tri parmi les postulants. En 2012, 68% des recruteurs utilisent cette pratique. Alors que seulement, 36% des recruteurs « googlisaient » leurs candidats en 2011.

⁶ Nouveau mot incorporé dans Le Petit Larousse 2014.

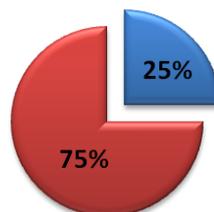
Bien que plus de la moitié des recruteurs utilise la « Googlisation », il est de bon ton de se demander si les renseignements qui en résultent ont ou non un impact sur notre embauche. En d'autres termes, notre identité numérique a-t-elle une incidence sur notre employabilité ?

Avez-vous déjà engagé un collaborateur suite à des traces positives trouvées en ligne ?



■ Oui
■ Non

Avez-vous déjà écarté un candidat suite à des traces négatives trouvées en ligne ?



■ Oui
■ Non

Enquête « Emploi & Réseaux Sociaux » de Regionjob, 3e édition, 2012.

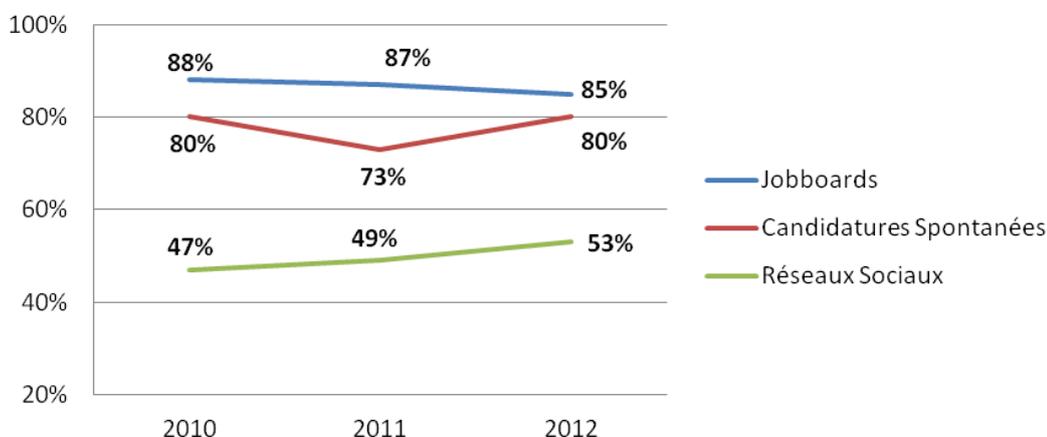
La réponse est oui, les traces de notre navigation sur internet sont prises en compte par nos futurs employeurs. 27% des recruteurs affirment avoir recrutés un collaborateur suite à des traces positives trouvées en ligne. A l'inverse, 25% ont dit qu'ils avaient déjà écarté des collaborateurs suite à des traces négatives trouvées en ligne. Certes, ces chiffres semblent faibles car il ne concerne qu'un quart des recruteurs. Mais leur évolution est marquante. En 2011, seul 8% des candidats étaient écartés suite à des traces négatives trouvées en ligne, pour autant de personnes recrutées pour cause de traces positives.

Notre identité numérique, qui se forme à partir des nos contenus mis en ligne, de nos navigations et de toutes les traces numériques de notre présence en ligne, doit faire l'objet de prudence de notre part. En effet, le « moi numérique » a des impacts sur le « moi réel ».

Les réseaux sociaux et la « Googlisation » sont donc des sources d'informations primaires sur le candidat que les recruteurs utilisent pour mieux le connaître. Mais les réseaux sociaux sont-ils pour autant un véritable outil de recrutement ?

2. Vers un outil de recrutement indépendant

Parmi les supports suivants, lesquels utilisez-vous pour recruter ?



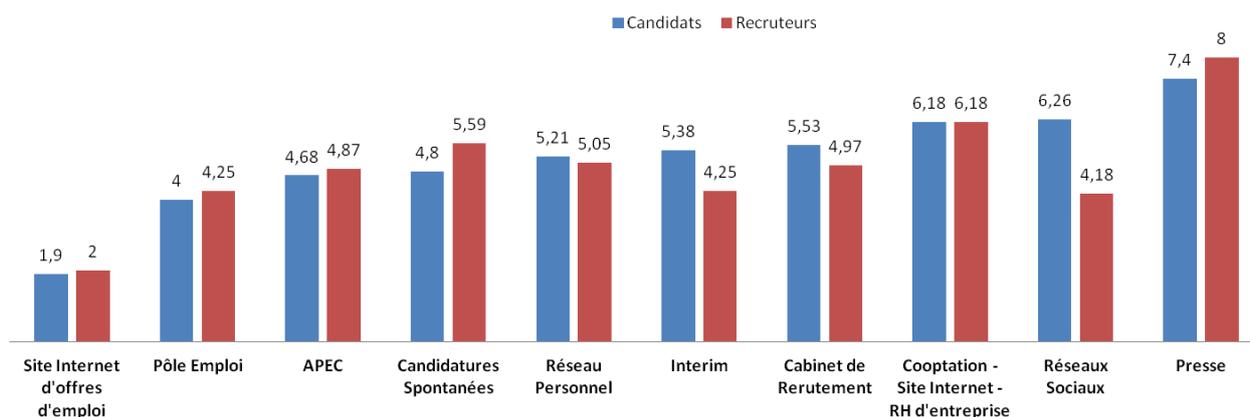
Enquête « Emploi & Réseaux Sociaux » de Regionjob, 3e édition, 2012.

Les réseaux sociaux sont utilisés par 53% des recruteurs comme support pour leurs recrutements. Ils représentent donc une méthode de recrutement minoritaire face aux jobboards⁷ (85%) et aux candidatures spontanées (80%). De plus, le nombre de personnes embauchées via les réseaux sociaux reste peu élevé. Seul un recruteur sur deux a contacté un candidat au moins une fois sur un réseau social. Et au final, un tiers seulement a déjà achevé un recrutement. Par conséquent, seulement 11% des recruteurs interrogés ont engagé 4 collaborateurs ou plus via les réseaux sociaux lors de l'année passée.

Pourtant, le temps moyen passé par réseaux sociaux est de plus de trois heures en moyenne par semaine pour ceux qui utilisent Viadeo ou LinkedIn et plus d'une heure sur Twitter, Facebook ou les blogs.

⁷ Sites internet de recrutement, panneaux d'affichage d'annonces.

Dans un futur proche, quels outils auront selon vous le plus d'importance dans votre recherche d'emplois/vos recrutements ?



Enquête « Emploi & Réseaux Sociaux » de Regionjob, 3e édition, 2012.

Malgré ces chiffres assez bas, les recruteurs (40%) jugent assez importants ou très importants le rôle des réseaux sociaux dans le recrutement. Et pour 88% d'entre eux, les réseaux sociaux vont devenir une véritable méthode indépendante de recrutement. Cette vision n'est suivie que par 54% des candidats. Ainsi, les candidats ne placent les réseaux sociaux qu'au-delà de la 6^{ème} position en moyenne des outils les plus importants à l'avenir en matière de recrutement. Alors que les réseaux sociaux pour les recruteurs occupent une 4^{ème} place, loin derrière les jobboards, mais proche de l'APEC⁸ et des candidatures spontanées.

Les réseaux sociaux, en tant qu'outil de sourcing ou de méthode de recrutement indépendante, ont donc un véritable impact sur le monde du travail. Voulant profiter de ce nouveau marché, les réseaux sociaux se sont spécialisés pour devenir des réseaux sociaux professionnels.

⁸ <http://www.apec.fr/Accueil/ApecIndexAccueil.jsp>

§2. Les réseaux sociaux professionnels, nouvelles interfaces du marché du travail

Les réseaux sociaux professionnels sont des réseaux sociaux à usage exclusivement professionnel, orienté sur la mise en valeur et les échanges professionnels de ses membres. Ce sont des réseaux de BtoB⁹. Concernant l'étude des réseaux sociaux professionnels, il est nécessaire d'en faire une présentation générale (A) et de s'attarder sur les deux principaux leaders (B).

A. Présentation générale des réseaux sociaux professionnels

Le principe directeur des réseaux sociaux professionnels est de démultiplier vos contacts grâce aux contacts de vos contacts. Ainsi, les connaissances de vos connaissances vont devenir vos connaissances. Par conséquent, chacun serait à 7 connexions de n'importe qui dans le monde.



Le premier réseau social professionnel a été créé en 2001 sous le nom de RYZE. Son créateur, Adrian Scott, pionnier Internet de la Silicon Valley a eu l'idée de lancer un réseau social qui ne serait pas un site de rencontres, mais un site fait pour les professionnels des affaires. Son nom, RIZE, qui s'inspire du mot « rise »¹⁰ était conçu pour suggérer l'ascension dont il ferait bénéficier ses membres en améliorant la qualité de leur réseau personnel de relations d'affaires. Ryze projetait de gagner de l'argent en faisant payer aux employeurs le droit de consulter ses bases de données pour rechercher de futurs collaborateurs ou employés.

⁹ Business to Business.

¹⁰ S'élever, se lever.



Les réseaux sociaux professionnels se partagent en cinq grandes catégories. La première et la plus connue regroupe les réseaux sociaux professionnels dits généralistes. Il s'agit principalement de Viadeo¹¹ et LinkedIn¹². La deuxième catégorie est identifiée sous le nom de générationnels puisque ces réseaux vont regrouper les personnes en fonction de leur âge. A titre d'exemple, on peut citer Yupeek¹³ ou Wizbii¹⁴ pour les étudiants et Bitwiin¹⁵ pour les seniors. La troisième catégorie de réseaux comprend les sectoriels qui réunissent les acteurs d'une filière ou d'un secteur pour faire du business ou échanger sur des thématiques communes. Il s'agit entre autres de Rezotour¹⁶ pour les professionnels du tourisme ou d'Agrilink¹⁷ pour le monde agricole. La quatrième catégorie de réseaux sociaux professionnels est celle des locaux, ils sont indépendants de tout projet

¹¹ <http://fr.viadeo.com/fr/>

¹² <https://fr.linkedin.com/>

¹³ <http://yupeek.com/>

¹⁴ <http://www.wizbii.com/>

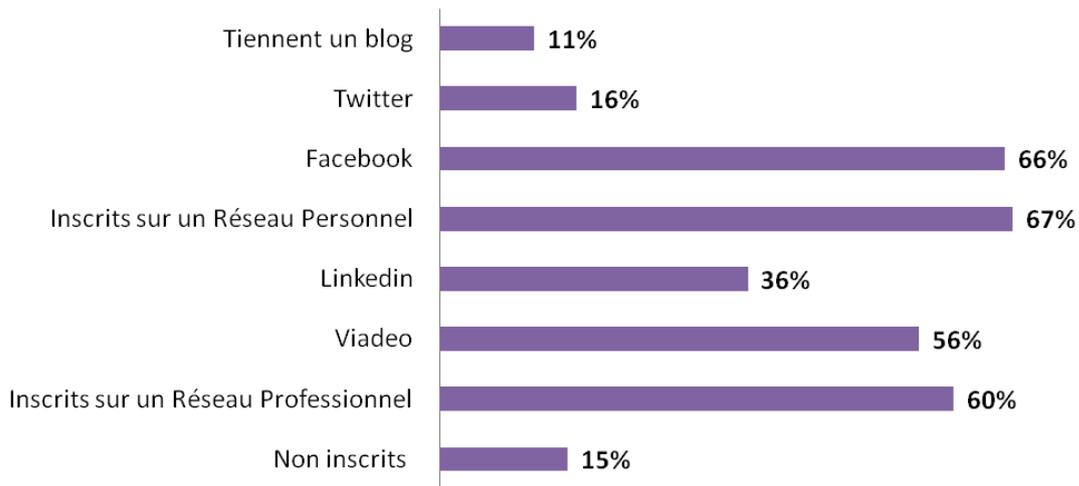
¹⁵ <http://www.bitwiin.com/>

¹⁶ <http://www.rezotour.com/accueil/>

¹⁷ <http://agrilinks.org/>

professionnel et ont une visée locale. Ils regroupent comme Ecobiz¹⁸ ou Alsace.biz les acteurs d'une ville, d'un bassin d'activité ou d'une région. La dernière catégorie compte les réseaux qui répartissent les personnes en fonction de leurs catégories socioprofessionnelles tels que les employés avec Worker¹⁹.

Utilisez-vous les réseaux sociaux suivants ?



La barre des 25 millions d'inscrits sur Facebook et celle des 5 millions sur Twitter et Viadeo ont été franchies, montrant ainsi une certaine maturité dans l'adoption des réseaux sociaux en France. Le même constat est en vigueur parmi les candidats sondés : seuls 15% ne sont pas inscrits à un réseau social et 76% d'entre eux disposent d'un profil professionnel en ligne.

¹⁸ http://www.paca-ecobiz.fr/jcms/mle_90118/fr/accueil

¹⁹ <http://www.alsace.biz/socialdna/auth/login>

B. Les leaders des réseaux sociaux professionnels



Les leaders des réseaux sociaux professionnels sont le français Viadeo et l'américain LinkedIn.

1. LinkedIn

LinkedIn a été fondé en 2002 par Reid Hoffman, Konstantin Guericke et Allen Blue mais a été officiellement lancé le 5 mai 2003. Jeff Weiner est actuellement le PDG de l'entreprise. A ce jour, c'est le plus grand réseau professionnel mondial avec plus de 250 millions d'utilisateurs dans plus de 200 pays et territoires du monde. Au quatrième trimestre 2013, LinkedIn annoncé un chiffre d'affaire d'environ 447 millions de dollars et 277 millions de membres.

2. Viadeo

Viadeo a été créé en 2004 par Dan Serfaty et Thierry Lunati. Le Groupe Viadeo s'est développé en rachetant Tianji en 2007 et ApnaCircle en 2009. A ce jour, le Groupe Viadeo est le deuxième réseau social professionnel au niveau mondial avec 55 millions de membres en août 2013 et 450 salariés répartis dans 10 pays. Tianji en Chine est le premier réseau social professionnel chinois avec plus de 17 millions de membres. D'après Viadeo, leur membre « type » est un homme salarié entre 25-34 ans. Leurs membres utilisent principalement Viadeo pour étendre leur réseau (49%), trouver des idées ou faire des propositions (48%) et obtenir des conseils (35%).

Les réseaux sociaux n'ont pas seulement un impact sur l'embauche d'un salarié mais également sur la relation de travail elle-même ; et ce qu'il s'agisse d'une relation entre un salarié et une entreprise privée ou d'un fonctionnaire et d'une personne morale.

Section II : Les réseaux sociaux, un moyen d'expression conditionné par la relation salariale

Comment réagirait un employeur face à un salarié qui lui enverrait sa démission via une vidéo postée sur YouTube ? Cette hypothèse est devenue une réalité pour le dirigeant de la société Next Media Animation en septembre 2013. La salariée a annoncé son départ à travers une vidéo d'elle dans les locaux de son entreprise à 4h30 du matin, complétée par des sous-titres à destination de son employeur. Postée sur les réseaux sociaux, cette vidéo a créé un véritable buzz avec plus de quinze millions de vues en seulement dix jours.

L'idée est que le salarié jouit, aussi bien dans l'entreprise qu'à l'extérieur, d'une liberté d'expression, qui ne peut en principe subir de restrictions²⁰. Cependant, un salarié peut-il s'exprimer librement sur les réseaux sociaux sans pour autant manquer à son obligation de loyauté à l'égard de son employeur ?

La démission n'est soumise à aucun formalisme, ainsi rien n'interdit la salariée du cas précité, de mettre un terme à son contrat de travail grâce à une vidéo postée sur YouTube. Cependant, le code du travail prévoit que la démission d'un salarié peut donner droit à des dommages et intérêts pour l'employeur lorsqu'elle est abusive. En effet, tout au long de la période d'effectivité de son contrat (et même pendant la durée du préavis), le salarié reste soumis à une obligation de loyauté envers son employeur, ce dernier pourrait alors poursuivre le salarié en cas de comportement préjudiciable. Il apparaît donc évident que dans le cas d'une démission par YouTube il sera facile pour l'employeur de démontrer le caractère abusif de cette rupture du contrat de travail et ainsi obtenir réparation, voir suppression de la vidéo litigieuse.

Cet exemple introduit et montre de façon évidente l'ampleur que prennent les réseaux sociaux au sein même d'une relation de travail. En effet, à l'ère d'Internet, ces réseaux deviennent un moyen permettant la liberté d'expression des membres de l'entreprise. Cependant ils deviennent par le même temps un moyen de porter atteinte à la réputation de celle-ci. En effet, comme le précise

²⁰ Cour de Cassation, Chambre Sociale du 22 juin 2004 – n° 42-446

Laurence Ifrah spécialisée en criminalité numérique : « l'explosion du Web 2.0, qui offre un contenu généré directement par des utilisateurs inconnus, représente une menace considérable pour les entreprises ». D'autant plus que ces risques sont multipliés par le nombre croissant de membres et l'engouement général qu'il existe pour les réseaux sociaux.

Ainsi, l'utilisation des réseaux sociaux est aujourd'hui une problématique importante pour les employeurs car, emportés par la réactivité de l'outil, les salariés peuvent porter atteinte à l'e-réputation de l'entreprise ou de l'administration. C'est pourquoi si la liberté d'expression reste une liberté fondamentale, celle-ci doit être mise en balance face aux obligations découlant du contrat de travail et plus précisément la bonne foi, la loyauté et la fidélité du salarié imposée par le lien de subordination (§1). D'autre part, dans le but de permettre à l'employeur de se protéger contre les abus et les dérives que peuvent entraîner les connexions abusives pendant le temps de travail, des possibilités d'encadrement de l'utilisation des réseaux sociaux ont été mise en œuvre (§2).

§1. La liberté d'expression du salarié limitée par le lien de subordination

La liberté d'expression est un principe fondamental que l'on retrouve à l'article 11 de la Déclaration des droits de l'Homme et du citoyen de 1789. Ce principe a également été repris par le Code du travail. D'une part avec l'article L. 2281-1 qui pose le principe selon lequel « 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 ». Et d'autre part, par l'article L. 2281-3 du même code qui pose que « les opinions que les salariés, quelle que soit leur place dans la hiérarchie professionnelle, émettent dans l'exercice du droit d'expression ne peuvent motiver une sanction ou un licenciement ». Cependant, si les propos tenus par un salarié sur les réseaux sociaux sont protégés par la liberté d'expression, ils peuvent être contraires aux obligations découlant du contrat de travail (A). C'est pourquoi il était nécessaire de déterminer si un abus de cette liberté pouvait devenir une nouvelle cause de licenciement (B).

A. Le conflit entre la liberté d'expression et les obligations issues du contrat de travail

La loi et la jurisprudence ont cependant estimé qu'il était parfois nécessaire de restreindre cette liberté afin d'en éviter les abus. Ainsi, les propos qu'un salarié tient, sur l'organisation ou le fonctionnement de l'entreprise, ne peuvent donner lieu à aucune sanction sauf en cas d'abus. Cette notion d'abus a été définie par la Cour d'Appel de Reims le 9 juin 2010²¹ comme le fait pour un salarié d'employer des termes injurieux, diffamatoires ou excessifs concernant l'entreprise elle-même ou ses membres. Mais qu'en est-il lorsque ces propos sont tenus par des salariés sur les réseaux sociaux ? La question s'est tout d'abord heurté au principe de respect de la vie privée et du secret des correspondances.

1. Le droit au respect de la vie privée du salarié

Le respect de la vie privée est aussi un élément important dans la vie d'un salarié. Ce principe est posé par la Convention de Sauvegarde des Droits de l'Homme et des libertés Fondamentales ainsi que par le Code Civil²² qui rappelle que « chacun a droit au respect de sa vie privée ». La jurisprudence a considéré que ce droit s'appliquait également dans le cadre d'un contrat de travail. Ainsi la Cour de Cassation dans un arrêt « Nikon »²³ a posé le principe qu'un salarié a droit au respect de l'intimité de sa vie privée même pendant ces heures de travail. De même, un fait relevant de la vie privée ne peut caractériser une faute du salarié²⁴.

Du principe de respect de la vie privée découle un principe de respect du secret des correspondances. L'idée est qu'à partir du moment où un message est destiné à une ou plusieurs personnes déterminées et individualisées, il est susceptible de protection, peu importe le procédé de communication. La question s'est alors posée de savoir si un employeur ne violait pas ce droit en consultant les propos tenus sur les réseaux sociaux par ses salariés.

²¹ Cour d'Appel de Reims du 9 juin 2010 – n°09-03205

²² Article 9 du Code Civil

²³ Cour de Cassation, Chambre sociale du 2 octobre 2011 – n° 99-42942

²⁴ Cour de Cassation, Chambre sociale du 17 avril 1991 – n°90-42.636

La Cour de Cassation²⁵ a rapidement répondu par la négative en considérant que les réseaux sociaux étaient un espace public et que par conséquent, un employeur consultant le mur de l'un de ses salariés (sans utiliser des moyens déloyaux) ne portait pas atteinte au secret des correspondances.

2. E-déontologie des fonctionnaires et réseaux sociaux

Il faut noter qu'au quotidien les nouveaux moyens d'expression que sont les réseaux sociaux ont conduit à redéfinir la parole du fonctionnaire. Il faut tout d'abord noter qu'il n'existe aucune interdiction ou obligation pour une personne publique d'être présente sur les réseaux sociaux : cela relève du pouvoir discrétionnaire de l'administration. Cette notion est posée par la jurisprudence « Jamart »²⁶ dans laquelle le Conseil d'Etat consacre l'existence d'un pouvoir réglementaire encadré permettant aux ministres de prendre les mesures nécessaires à l'organisation de leurs services. Cependant, cette présence sur les réseaux sociaux tend à se généraliser puisqu'elle trouve un fondement légitime dans le principe d'adaptation constante du service public posé par le Conseil d'Etat²⁷. C'est pourquoi, la fonction publique doit s'adapter aux nouvelles technologies de l'information et de la communication tout en respectant toujours les règles traditionnelles : on parle d'e-déontologie.

Par principe, les agents publics sont soumis à une obligation de réserve. Cette notion ne figure pas explicitement dans les lois statutaires relatives à la fonction publique, il s'agit d'une création jurisprudentielle du Conseil d'Etat. Cependant, le directeur général adjoint du Conseil Général du Gard, Samuel Dyens, en donne une définition claire : « fondée sur la neutralité du service public et de l'impartialité des agents, l'obligation de réserve impose à ceux-ci, même hors service, de s'exprimer avec retenue et de ne pas user de leur position pour donner poids à des choix personnels ». L'un des critères de son respect est notamment la publicité qui va être donnée aux propos. Ainsi, les réseaux sociaux deviennent également un enjeu pour la fonction publique

²⁵ Cour de Cassation, Chambre sociale du 2 mai 2001 – n°98-445

²⁶ Conseil d'Etat du 7 février 1936 – n° 43321

²⁷ Conseil d'Etat du 10 janvier 1902 – n° 94624

puisqu'il est interdit par exemple de tenir publiquement des propos outranciers ou dévalorisant l'administration.

De nombreuses affaires ont montré la difficulté sur les réseaux sociaux de mettre en balance la liberté d'expression et cette obligation de réserve. Par exemple, les juges ont pu confirmer une mesure de suspension d'un agent communal car il avait diffusé sur Facebook des vidéos d'un incendie et remis en cause l'efficacité de l'action de la police municipale²⁸. Cependant, il faut noter que tout ne peut pas être sanctionné. A titre d'exemple, les juges considéreront qu'il n'y a aucun manquement à l'obligation de réserve lorsqu'un agent communal exprime des critiques d'ordre général sur la mondialisation, sous un pseudonyme et en dehors de son service²⁹. Il est donc nécessaire de mettre en place une procédure de vérification des messages publiés ou de mettre en place la désignation d'un agent qui pourra valablement communiquer au nom de la personne morale.

D'autre part, un fonctionnaire ne peut diffuser des publications à caractère discriminatoire, appelant à la haine ou à la violence puisqu'il est soumis à principe de neutralité (religieuse, politique,...) du service public. Finalement, on retient donc que l'employeur peut s'immiscer dans la vie privée du fonctionnaire lorsque le comportement de ce dernier entache l'image de la collectivité. Dans le cadre de l'application de ce principe, il existe un autre enjeu non négligeable concernant le droit électoral. En effet, qu'en est-il si une commune diffuse un message de soutien à un candidat sur sa page Facebook ? Les tribunaux administratifs et le Conseil d'Etat ont vivement déploré ce types de manœuvres interdites, au motif que l'article 58 du Code Electoral interdit aux personnes morales de participer au financement d'une campagne électorale. Cependant, aucune élection n'a jamais été annulée pour ce type de motif (puisque le juge électoral ne peut pas annuler une élection lorsque la fraude n'a pas un impact déterminant sur le résultat).

Il faut également envisager le cas où, à l'inverse, l'administration et ses agents peuvent faire

²⁸ Tribunal Administratif de Toulon du 4 février 2011 – n° 1001283

²⁹ Tribunal Administratif de Dijon du 17 novembre 2003 – n° 031941

l'objet d'attaques, de diffamation ou d'injures sur les réseaux sociaux. Dans ce cas, l'administration publique ainsi que ses agents fonctionnaires bénéficient, dans le cadre de l'exercice de leurs missions, d'une protection particulière à l'égard de la diffamation ou de l'injure publique. De plus, le fonctionnaire bénéficie également d'une protection fonctionnelle assurée par sa collectivité publique selon la loi du 13 juillet 1983³⁰. D'autre part, face à un contenu illicite l'administration peut exiger un droit de réponse. Ce droit est prévu par la Loi pour la Confiance en l'Economie Numérique (LCEN) de 2004 et permet, dans les trois mois suivants une publication, « à tout personne [physique ou morale] nommée ou désignée dans un service de communication au public par voie électronique » de s'adresser au responsable du site ayant mis en ligne un message au contenu litigieux sans justification (même sans préjudice) et à titre gratuit.

En réalité, le fonctionnaire est un « salarié de l'état » ce qui explique pourquoi nous traiterons sous le même angle le cas des salariés d'entreprises privées et celui des fonctionnaires face aux réseaux sociaux. Dans ces deux cas, les enjeux sont les mêmes puisqu'il faut pouvoir concilier des impératifs contraires : le droit de s'exprimer sur les réseaux sociaux et l'obligation de faire preuve de mesure dans cette expression.

B. Le paramétrage des publications : une nouvelle cause de licenciement

Partant du principe que les publications d'un salarié sur les réseaux sociaux sont publiques et donc que l'employeur peut y avoir accès, il a fallu déterminer si les propos tenus pouvaient faire l'objet d'une sanction disciplinaire par l'entreprise. Le Conseil des Prudhommes de Boulogne-Billancourt a été le premier à se prononcer sur le sujet en 2010³¹. En l'espèce, plusieurs salariés avaient publié sur leurs murs des conversations qui dénigraient leur entreprise et se sont retrouvés licenciés pour faute grave. Les juges ont confirmé ce licenciement « pour incitation à la rébellion contre la hiérarchie et pour dénigrement envers la société » au motif que le mur Facebook a un caractère public dès lors qu'il est paramétré de façon à être public. Cette décision a été une première en France.

³⁰ Loi du 13 juillet 1983 n° 83-634 portant sur les droits et obligations des fonctionnaires

³¹ Conseil des Prudhommes de Boulogne-Billancourt du 19 octobre 2010

Par la suite, et jusqu'en 2013, seuls les juges du fond se sont exprimés sur le sujet. Et malgré la divergence de certains avis, il semblait se dégager que les juges différencient les propos tenus par un salarié sur un profil « ouvert » ou sur un profil « fermé ». Ainsi, on peut citer à titre d'exemple la Cour d'Appel de Rouen qui en 2011³² considérait qu'il ne peut être affirmé de manière absolue que la jurisprudence actuelle nie à Facebook le caractère d'espace privé, alors que ce réseau peut constituer soit un espace privé, soit un espace public en fonction des paramètres effectués par l'utilisateur. Ou encore la Cour d'Appel de Besançon³³ qui, le même jour, ont considéré qu'une salariée citant sur sa page Facebook des propos injuriant son entreprise et son employeur, pouvaient être reconnus comme un abus justifiant un licenciement pour faute grave. Cependant, dans le cadre d'une telle procédure, la charge de la preuve repose sur l'employeur ; or en l'espèce il n'avait pas été en mesure de démontrer que les paramètres du compte Facebook de l'employée sortaient du cadre de la vie privée (c'est-à-dire que le compte était paramétré comme étant « public ») : les juges ont alors retenu un licenciement sans cause réelle et sérieuse puisque sans preuve contraire, la conversation était émise sur un « mur privé ».

Il semble donc qu'est née une distinction entre un « mur » sur lequel il est possible de partager des informations sans restriction (considéré comme un espace public) et un mur limité aux seuls contacts déterminés (qui serait alors un espace privé). Par conséquent, les insultes diffusées sur les réseaux sociaux relèvent de l'abus de la liberté d'expression du salarié dès lors qu'elles sont accessibles à tous.

La Cour de Cassation est intervenue à ce sujet le 10 avril 2013³⁴. En l'espèce, une salariée avait publié sur sa page Facebook ainsi que sur son compte MSN être pour « l'extermination des directrices comme la [sienne] » et des « patronnes (...) qui nous pourrissent la vie ». Or ces informations n'étaient visibles que par ses amis ou contacts sur les réseaux sociaux. Les juges de la première Chambre civile ont finalement retenus que, lorsque les propos litigieux sont diffusés sur

³² Cour d'Appel de Rouen 15 novembre 2011 – n°11/01380

³³ Cour d'Appel de Besançon 15 novembre 2011 – n° 10/02642

³⁴ Cour de Cassation, 1^{ère} Chambre civile, 10 avril 2013 – n° 11-19530

Facebook ou sur MSN et qu'ils ne sont accessibles qu'aux seules personnes agréées par l'intéressé et en nombre restreint alors celles-ci forment une communauté d'intérêt de sorte que les propos ne constituent pas une injure publique. Cette différence a une très grande importance puisque la diffamation ou les injures non-publiques sont punies d'une simple amende de 38 euros (il s'agit d'une contravention de première classe)³⁵ ; alors que dans le cadre d'une injure publique, la sanction s'élève à 12 000 euros d'amende (et jusqu'à 45 000 euros et un an de prison si elles sont aggravées, notamment à cause de leur caractère racial)³⁶.

Ainsi, il semblerait donc qu'il faut retenir que des publications diffusées par un salarié mais limitées à ses « amis » s'apparenteraient à des correspondances privées empêchant un employeur de s'en prévaloir. Alors qu'à l'inverse, la possibilité d'accéder à ces publications par les « amis de ses amis » ou même par « tout public » laisserait à l'employeur la possibilité de sanctionner un salarié au motif d'un abus dans sa liberté d'expression.

Il faut donc retenir que la Cour a posé deux conditions pour que les propos tenus par le salarié ne soient pas qualifiés d'injures publiques. D'une part, ils ne doivent être visibles que par les personnes ayant été agréées par le titulaire du compte litigieux. Et d'autre part, ces personnes y ayant accès doivent être peu nombreuses. Lorsque ces deux éléments sont réunis, la haute juridiction considère alors que l'ensemble de ces personnes sont liées par une « communauté d'intérêt » et donc que les propos ne sont pas publics. Cependant, si aucune preuve n'est apportée montrant que le salarié n'avait pas limité la diffusion des publications litigieuses à un nombre de personnes restreint alors un licenciement pour faute grave ne peut pas être justifié : on en revient à l'exemple de la décision des juges de la Cour d'Appel de Rouen du 15 novembre 2010 vu précédemment.

Du côté de la fonction publique, pour apprécier s'il y a eu violation de l'é-déontologie, l'employeur public doit également tenir compte de la publicité ou la diffusion des propos, leur

³⁵ Article R. 621-2 du Code Pénal

³⁶ Article 33 de la loi du 29 juillet 1981

contenu mais aussi la place de l'agent dans la hiérarchie. Ainsi, les juges ont par exemple considéré que « des propos tenus par un agent public sur un réseau social peuvent donner lieu à une sanction disciplinaire lorsque, d'une part ils sont de nature à porter atteinte à l'image de l'administration ou ses agents ; et d'autre part qu'ils dépassent, compte tenu des modalités de leur diffusion, le cadre de la sphère purement privée »³⁷. En pratique, les juges apprécient l'atteinte en prenant en compte les propos tenus et les conditions par lesquelles les usagers peuvent faire le lien avec le service administratif. Ils peuvent avoir une appréciation encore plus sévère lorsque l'agent à une position hiérarchique importante. Ainsi, un sous-préfet ne peut pas critiquer publiquement et violemment la politique suivie par un autre Etat dans des articles publiés sur Internet³⁸.

Nous pourrions également envisager aussi le cas inverse, où un employeur dénigrerait ses salariés sur les réseaux sociaux. Le salarié victime pourrait porter plainte pour harcèlement lorsque les propos injurieux s'avèreraient être répétés. Cependant ces cas de cyber-harcèlement sont peu nombreux et nous ne les développeront pas en l'espèce.

Pour finir, il est nécessaire de prendre en compte le cas des anciens salariés qui diffusent des informations calomnieuses à l'égard d'une entreprise dans laquelle ils travaillaient. Dans ce cas le lien de subordination est caduc puisque le contrat de travail a été rompu. Cependant l'employeur doit pouvoir agir pour défendre les intérêts de son entreprise face aux atteintes que peuvent porter les propos tenus par l'ex-salarié, notamment en termes d'image ou d'e-réputation. C'est pourquoi, il lui est possible de défendre l'entreprise en droit pénal en introduisant une action pour dénigrement, pour diffamation ou encore pour injure publique en fonction de la nature du propos et de l'impact de celui-ci sur l'entreprise.

L'ère numérique a donc considérablement favorisé les possibilités d'expressions, et c'est face

³⁷ Tribunal Administratif de Grenoble du 18 novembre 2011 – n°1004935

³⁸ Conseil d'Etat du 23 avril 2009 – n° 316862

à cet essor que le droit à la vie privée et la liberté d'expression ont été bouleversés. Les réseaux sociaux sont l'exemple même que cette liberté d'expression doit parfois être limitée puisqu'elle peut entraîner des atteintes importantes en cas d'abus. C'est notamment dans le cadre d'un lien de subordination que le salarié va pouvoir voir sa liberté limitée en cas d'abus. Il s'agit donc pour les juges de mettre en balance des libertés fondamentales et les intérêts d'une entreprise ou d'une administration. On a ainsi vu apparaître trois sphères dans la vie du citoyen entre lesquelles la frontière est parfois floue : la vie privée, la vie publique et la vie professionnelle.

§2. L'encadrement de l'utilisation des réseaux sociaux durant le temps de travail

L'usage privé des réseaux sociaux gagne aujourd'hui la sphère professionnelle, et cela notamment parce qu'aujourd'hui, plus de 95% des entreprises donnent un accès à Internet à leurs collaborateurs. Cependant, même si cet accès offre de nombreuses perspectives notamment en termes de rapidité, proximité ou recherche instantanée d'informations, l'accès à Internet pendant le temps de travail fait apparaître de nouveaux enjeux à maîtriser pour les entreprises.

L'article L. 3121-1 du Code du travail définit la notion de travail effectif comme « le temps pendant lequel le salarié est à la disposition de l'employeur et se conforme à ses directives sans pouvoir vaquer librement à des occupations personnelles ». Or l'utilisation des réseaux sociaux et par nature une occupation personnelle qui ne doit, par conséquent, pas avoir lieu pendant le temps de travail.

Les réseaux sociaux pouvant avoir un impact important sur l'entreprise (A) peuvent devenir une nouvelle cause de licenciement en cas d'utilisation abusive (B) mais pour être une preuve légale, l'abus doit être constaté dans le cadre d'une surveillance légale de l'employeur (C). L'employeur a donc essayé de mettre en place des solutions alternatives pour protéger le travail effectif du salarié, notamment par la mise en place d'un filtrage des sites (D) mais ces techniques s'avèrent remises en cause par l'utilisation du Smartphone personnel sur son lieu de travail (E).

A. L'impact de l'utilisation personnelle des réseaux sociaux sur l'entreprise

Il est important de relever que l'utilisation des réseaux sociaux par un salarié pendant son temps de travail à un impact direct sur l'entreprise et ce pour plusieurs raisons.

1. La chute de la productivité de l'entreprise

D'une part, car la réalisation d'une activité personnelle pendant son temps effectif de travail

provoque inévitablement une chute de la productivité de l'entreprise. En effet, une étude a été réalisée par la société Olfeo en 2013 sur « la réalité de l'utilisation d'Internet au bureau ». Il en ressort qu'en moyenne les salariés passent environ 1h37 par jour sur Internet pendant leur temps de travail (alors que ce même temps était de seulement 89 min en 2011) dont 59% de ce temps à des fins personnelles. C'est-à-dire presque 30 jours par an ! L'étude va plus loin en considérant qu'environ 11% des sites visités dans le cadre de ce surf personnel, sont des sites de réseaux sociaux (notamment Facebook, LinkedIn et Twitter) et 19% des wiki, forums ou blogs. Il faut noter que Facebook reste le site le plus visité sur les lieux de travail : à lui seul, il représente plus de 75% de la catégorie « réseaux sociaux » précitée. Ces moyennes mettent en avant la chute de la productivité causée par l'usage personnel d'Internet, et notamment des réseaux sociaux, pendant le temps de travail. C'est donc l'un des enjeux majeur à maîtriser pour un employeur : si l'autorisation du surf personnel pendant le temps de travail est acceptée, il est nécessaire de l'encadrer.

2. L'utilisation excessive de la bande passante

La bande passante est un autre enjeu né de l'accès à Internet pendant le temps de travail. En effet, la bande passante peut se définir comme la quantité maximale de données qui peuvent être transférées par un réseau Internet. Lorsqu'un salarié accède aux réseaux sociaux grâce à la connexion internet qui lui ait offerte par son entreprise sur son lieu de travail, il participe donc à l'utilisation de cette bande passante. Cependant, une utilisation abusive et trop nombreuse des salariés peut amener à une saturation de cette bande passante, ce qui devient problématique pour l'entreprise. Cette utilisation est d'autant plus facilement saturée par la consultation de vidéos en ligne (comme c'est le cas sur YouTube). Ainsi, si 50% des salariés consultent une vidéo de ce type au même moment, l'autre moitié des salariés verra son accès à Internet ralenti. C'est par exemple ce qu'il s'est passé dans l'entreprise Sodebo en 2008 où la bande passante se retrouvait totalement saturée notamment lors des grands évènements sportifs. Face à cela, le responsable des systèmes d'information de l'entreprise a décidé en 2011 de déployer une solution de contrôle des accès à Internet.

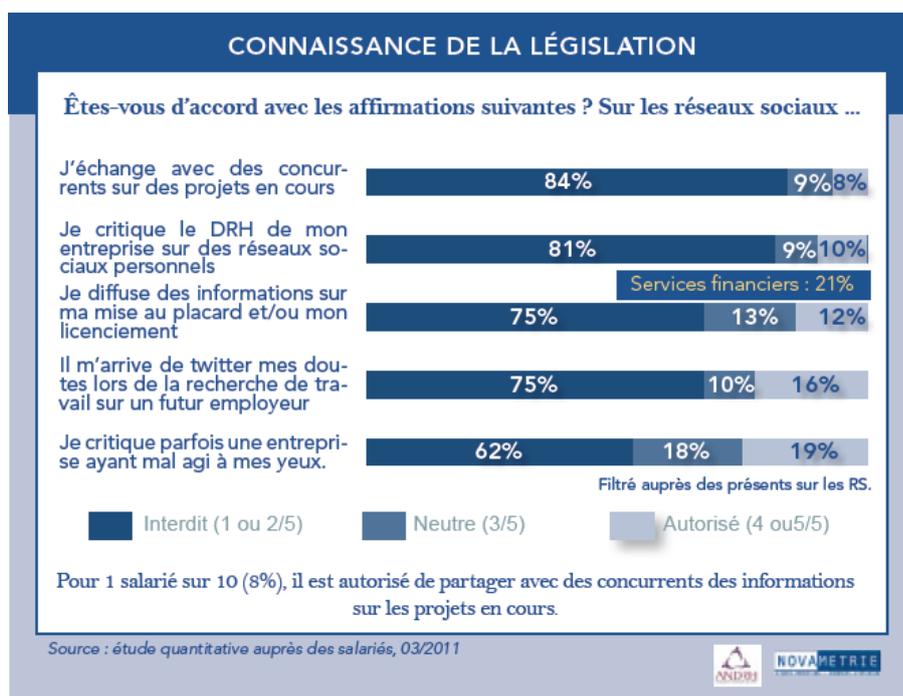
3. Les risques concernant la responsabilité de l'employeur

Il faut également considérer que l'employeur peut être tenu responsable juridiquement des actes commis par les salariés sur Internet, et donc sur les réseaux sociaux. Notamment lorsque le salarié réalise des téléchargements illégaux, utilise des jeux en ligne interdits ou encore fréquente des sites pornographiques. A ce titre, la Cour d'Appel de Versailles³⁹ a notamment jugé que le téléchargement illégal d'œuvres musicales par un salarié à partir de l'adresse IP de l'employeur constitue une faute grave et un motif de licenciement. De plus, l'étude précitée d'Olfeo en 2013 relève qu'environ 5% des sites visités par un salarié pendant son temps de travail sont des sites pornographiques, et 3% sont des sites de téléchargements. Il faut également noter que le responsable informatique de l'entreprise peut également voir sa responsabilité engagée pour « négligence fautive » de ne pas avoir informé la direction des risques et moyens à mettre en œuvre pour éviter les comportements illicites du salarié sur Internet.

4. Les risques en termes de sécurité informatique

Enfin la fréquentation de réseaux sociaux par le salarié peut engendrer des risques importants en termes de sécurité informatique. D'une part, car l'accès à ces nouveaux sites permet de nouvelles possibilités pour les logiciels malveillants risquant de mettre en péril la sécurité informatique de l'entreprise. Mais également car ces réseaux permettent facilement le partage d'informations concernant l'activité de l'entreprise. Or ces informations peuvent parfois être classées comme étant confidentielles. Le baromètre Novamétrie pour l'Association Nationale des Directeurs des Ressources Humaines (NDRH) révèle à ce titre qu'un salarié sur dix estime qu'il est autorisé à partager des informations sur le projet en cours avec des concurrents.

³⁹ Cour d'Appel de Versailles, 5^{ème} chambre du 31 mai 2011



Source : Baromètre des stratégies RH et des réseaux sociaux – Livre Blanc 2^{ème} édition 2012

C'est notamment ce qu'il s'est produit en 2010, lorsqu'un pilote de l'armée américaine en poste en Afghanistan a relaté des événements de ses missions classées « secret défense » sur le réseau social Wikileaks. Ce soldat a finalement rapidement été arrêté pour diffusion de documents secrets.

B. L'utilisation abusive des réseaux sociaux : une nouvelle cause de licenciement pour faute grave

Face aux impacts que peuvent avoir une telle utilisation d'Internet, la question s'est alors posée de savoir quels étaient les sanctions possibles pour un employeur qui découvrirait qu'un salarié utilisait de façon personnelle et exagérée les réseaux sociaux et donc qu'il portait préjudice à l'activité de l'entreprise. La jurisprudence a donc dû déterminer dans quels cas l'utilisation personnelle des réseaux sociaux pendant le temps de travail, pouvait devenir constitutive d'une nouvelle cause de licenciement.

Les tribunaux doivent tout d'abord vérifier que le mode de preuve apporté par l'employeur est admis. Puis ils vérifient la proportionnalité entre la sanction émise par l'employeur et les faits reprochés au salarié. C'est pourquoi, une faute lourde sera difficilement recevable dans le cas d'un délit mineur (par exemple lorsque le salarié a simplement accédé à un site pour une utilisation

personnelle, sans que cela ne porte atteinte à son temps de travail).

Cependant, les juges ont considéré que le licenciement pouvait être caractérisé par une utilisation « anormale » des réseaux sociaux. Récemment, la Cour d'Appel de Pau⁴⁰ a notamment validé ce raisonnement. En l'espèce, une salariée avait été licenciée à cause de ses connexions trop fréquentes sur les réseaux sociaux à des fins personnelles pendant ses heures de travail. Ce qui lui est reproché c'est le fait d'utiliser les réseaux sociaux au détriment des tâches qu'elle devait accomplir dans le cadre de son contrat de travail. Les juges ont validé la décision de l'employeur en considérant que cela constituait une faute grave justifiant le licenciement. Ce type de décision à de nombreuses fois était confirmé par la Cour de Cassation. Ainsi, un salarié s'étant connectée plus de 10 000 fois à des sites non-professionnels sur son lieu de travail en l'espace de 18 jours (notamment des réseaux sociaux) a été condamné par la Haute juridiction qui considère que « une telle utilisation d'Internet par le salarié pendant son temps de travail présente un caractère particulièrement abusif et constitutif d'une faute grave »⁴¹. Ou encore dans un arrêt du 18 mars 2009⁴², a relevé que le temps de connexion consacré à des occupations extra-professionnelles représentait en l'espèce 25% du temps de travail, soit en moyenne 41h par mois, et donc il pouvait être considéré comme abusif. C'est donc le fait qu'un salarié abuse réellement du temps passé à des activités personnelles qui peut être une cause de licenciement pour faute grave.

C. La preuve de l'abus par une cyber-surveillance légale

Mais finalement, si un employeur peut licencier un salarié qui utilise la connexion Internet de l'entreprise de façon abusive pour des occupations personnelles, cela sous-entend que l'employeur est en mesure de surveiller les activités de ses salariés, et plus précisément les sites auxquels ils accèdent, pendant leurs temps de travail. D'autant plus que la Cour de Cassation dans un arrêt du 9 juillet 2008⁴³ avait posé le principe que le matériel informatique mis à disposition par un employeur

⁴⁰ Cour d'Appel de Pau du 13 juin 2013

⁴¹ Cour de Cassation, chambre sociale du 26 février 2013 – n° 11-27372

⁴² Cour de Cassation, chambre sociale du 18 mars 2009 – n° 07-44247

⁴³ Cour de Cassation, chambre sociale du 9 juillet 2008 – n° 06-45.800

dans le cadre d'un contrat de travail, est censé avoir un usage professionnel. De façon plus large encore, la question s'est posée de savoir si l'employeur pouvait surveiller un réseau social afin de mieux connaître ses salariés. A ce titre, on se souvient des réticences de l'appel d'offres lancé en 2008 par le Ministère de l'Education Nationale concernant la « veille d'opinion » qui avait provoqué la colère des enseignants qui dénonçaient le risque de contrôle de l'information. Cependant, il s'avère que la cyber-surveillance est un procédé légal dès lors qu'elle est encadrée.

Par principe, la surveillance des salariés est une limite au droit à la vie privée du salarié. Cependant, elle est admise lorsque les moyens techniques de contrôle, d'accès et les règles de conservations des données de connexion sont déclarées à la CNIL. Et que cette surveillance fait l'objet d'une charte informatique mise en place au sein de l'entreprise.

Concernant la déclaration à la CNIL, la loi informatique et liberté de 1978 prévoit que tout fichier automatisé d'informations nominatives doit faire l'objet d'une déclaration préalable auprès de la CNIL. Ainsi, lorsque l'entreprise ou l'administration met en place un dispositif de contrôle individuel afin de surveiller poste par poster les durées de connexions ou les sites visités, ce traitement automatisé d'informations nominatives doit être déclaré auprès de la CNIL en précisant notamment la durée de conservation des données (en moyenne six mois). Le non-respect de cette procédure est susceptible d'engendrer des sanctions pénales⁴⁴.

Concernant le déploiement d'une cette charte informatique, celle-ci doit respecter différentes normes. Tout d'abord, la loi informatique et liberté de 1978 puisque celle-ci impose que la charte informatique se doit de ne pas « porter atteinte ni à l'identité humaine, ni aux droits de l'homme, ni à la vie privée, ni aux libertés individuelles ou publiques »⁴⁵. D'autre part, cette charte doit également respecter le code du travail à travers trois grand principes qu'il impose. Premièrement, elle doit respecter le principe de discussion collective⁴⁶ c'est-à-dire que le comité d'entreprise (ou le comité technique paritaire dans la fonction publique) doit être consulté préalablement à la décision

⁴⁴ Article 226-16 du code pénal

⁴⁵ Article 1 de la loi informatique et liberté du 6 janvier 1978

⁴⁶ Article L. 432-2-1 code du travail

de mise en œuvre dans l'entreprise d'une charte informatique. Deuxièmement, elle doit respecter un principe de transparence⁴⁷ imposant que les salariés soient informés collectivement (notamment par un affichage accessible sur le lieu de travail) et individuellement d'une telle surveillance (cela peut notamment se faire par l'introduction d'une clause dans le contrat de travail du salarié stipulant la surveillance des réseaux sociaux). Et troisièmement, elle doit respecter un principe de proportionnalité⁴⁸ puisque les données collectées doivent l'être proportionnellement au but légitimement recherché. C'est ce dernier critère qui va poser le plus de problème car l'employeur va devoir trouver une justification légitime à une telle surveillance. Ainsi, on peut considérer que la mise en place d'une surveillance des réseaux sociaux des salariés par leur employeur peut être justifiée lorsqu'il y a des eu des plaintes de certains salariés pour des cas de harcèlement.

De plus, pour les organismes dont les salariés dépendent du droit du travail (c'est-à-dire les entreprises privées et les administrations qui disposent d'agents de droit privé), il est nécessaire de déposer cette charte au greffe du conseil des prud'hommes et de transmettre le document à l'inspection du travail en deux exemplaires.

En réalité, lorsqu'un salarié dépasse les limites de connexion mises en place et énoncées par le règlement intérieur et la charte informatique, il peut alors encourir une mise à pieds ou un licenciement. Cela est mis en avant notamment par la jurisprudence Coca-Cola de 2011⁴⁹ qui rappelle qu'une charte informatique déployée de manière légale est juridiquement opposable aux salariés.

D. Le filtrage des sites par l'employeur : la solution alternative au licenciement

Face à l'impact que peut avoir l'utilisation des réseaux sociaux sur l'entreprise, les employeurs ont souhaité trouver des solutions alternatives au licenciement, afin de pouvoir contrôler l'accès à Internet qu'ils offrent à leurs salariés à une utilisation strictement professionnelle.

⁴⁷ Article L. 121-8 code du travail

⁴⁸ Article L. 120-2 du code du travail

⁴⁹ Cour de Cassation, chambre sociale du 5 juillet 2011 – n° 10-14685

Il faut tout d'abord noter qu'une entreprise ne peut pas interdire totalement l'accès à Internet à des fins personnelles pendant le temps de travail. Cette idée semble aujourd'hui évidente dans notre société d'information et de communication. Ce principe est posé d'une part au travers de l'arrêt Nikon⁵⁰ (vu précédemment) qui précise que le salarié a droit au respect de sa vie personnelle pendant le temps de travail : c'est le principe d'un droit à la liberté résiduelle. Mais également par la CNIL qui considère que l'usage personnel d'Internet sur le lieu de travail est autorisé dans la limite du « raisonnable », au nom de ce droit à la liberté résiduelle. Les tribunaux ne reconnaissent aucune valeur à une charte informatique d'une entreprise qui imposerait que les salariés soient privés de toute sphère d'intimité dans leurs connexions à Internet sur leur lieu de travail.

N'étant pas en mesure d'interdire toute utilisation personnelle, l'employeur a alors envisagé de pouvoir restreindre certains accès particuliers. En effet, aucune disposition légale n'interdit de fixer des conditions ou des limites aux connexions que l'employeur offre à ses salariés. Ainsi, une entreprise a le droit de limiter l'accès à Internet de ces salariés afin de prévenir des risques liés à la productivité, la sécurité et les performances du réseau ou encore pour veiller à ce que le salarié ne fasse pas d'usage illicite de cette connexion. L'idée est que l'employeur peut ainsi filtrer les sites (grâce au pare-feu) auxquels les salariés peuvent accéder pendant leur temps de travail. L'entreprise est libre de déterminer les sites et des horaires auxquels les salariés ne peuvent pas accéder ; elle peut par exemple décider de libérer de libérer l'accès à certains sites uniquement à certains moments de la journée (comme par exemple entre midi et 14h). Il n'est pas surprenant d'apprendre par l'étude Olfeo que les trois sites les plus fréquemment bloqués par les entreprises sont Facebook, MySpace et YouTube : cela montre bien que les employeurs veulent se protéger de l'utilisation des réseaux sociaux par les salariés pendant leur temps de travail.

Par exemple, ce système de filtrage des sites internet a notamment été mis en place dans l'entreprise Sodebo et semble s'avérer efficace. En effet, Fabrice Lacheref, responsable des systèmes d'informations de l'entreprise affirme « nous avons observé un gain d'environ 50% en ce qui concerne l'utilisation de la bande passante et nous n'avons plus subi aucune interruption de trafic de l'installation de la solution [de filtrage des sites] ».

⁵⁰ Cour de Cassation, Chambre sociale du 2 octobre 2011 – n° 99-42942

Les seules exigences à respecter lors de la mise en place d'un tel filtrage est d'une part de déclarer les moyens techniques de contrôle d'accès et les règles de conservation auprès de la CNIL ainsi que d'informer les salariés d'un tel filtrage cela peut notamment être fait par le biais de la charte informatique précédemment évoquée. C'est notamment grâce à cette charte qu'un employeur va pouvoir interdire à ses salariés d'accéder aux réseaux sociaux pendant leur temps de travail. On retrouve donc ici les exigences posées en matière de cyber-surveillance telles qu'elles ont été exposées plus tôt.

Il est important de noter que deux salariés qui occupent le même poste au sein d'une entreprise doivent nécessairement être soumis au même filtrage de sites Internet imposé par l'employeur. Dans le cas contraire l'entreprise pourrait être poursuivie pour discrimination. Cependant, si un salarié porte une atteinte particulière au fonctionnement normal du système d'information, il peut voir son accès limité par son employeur dans le cas où une telle procédure a été prévue par la Charte Informatique et s'il a été informé de cette sanction par mail ou par courrier avant que son accès lui soit restreint.

Les employeurs deviennent alors par ce filtrage de nouveaux fournisseurs d'accès à Internet. En effet, la loi pour la confiance dans l'économie numérique de 2004 impose notamment aux fournisseurs d'accès à Internet une obligation de mettre en place les moyens de filtrage pour prévenir l'accès des utilisateurs à des contenus illicites⁵¹. Dans le cas où un employeur décide de filtrer les sites auxquels ses salariés peuvent avoir accès sur leur lieu de travail, celui-ci agit donc exactement comme un fournisseur d'accès à Internet au sens de la LCEN. La question se pose alors de se demandait si celui-ci pourrait être soumis aux obligations imposées aux fournisseurs d'accès à Internet « classique » ou encore s'il pourrait voir sa responsabilité engagée.

E. Le smartphone, l'arme de contournement du filtrage ?

Cependant, si le filtrage semble être un moyen efficace pour lutter contre l'abus d'utilisation

⁵¹ Article 6-I 8° de la LCEN

des réseaux sociaux par les salariés ou les fonctionnaires, son efficacité semble aujourd'hui assombrie par l'explosion du nombre de Smartphones qui permettent un accès direct à l'ensemble de ses sites. En effet, un salarié peut utiliser son Smartphone dans le cadre de son travail et donc avoir accès aux réseaux sociaux sans être restreint par le filtrage de son employeur. S'il s'agit d'un Smartphone professionnel, c'est-à-dire fourni par l'entreprise, il s'agit alors d'un matériel informatique mis à la disposition par l'employeur dans le cadre d'un contrat de travail : il est donc censé avoir un usage professionnel au sens de la Cour de Cassation (dans son arrêt du 9 juillet 2008 énoncé précédemment). A l'inverse, s'agissant d'un téléphone personnel, l'employeur ne peut imposer aucune restriction à son salarié et ne peut effectuer aucun contrôle sur les connexions de celui-ci au regard du droit à la vie privée. Le téléphone devient donc un outil de « contournement » des restrictions d'accès aux réseaux sociaux qui peuvent être imposées aux salariés ou aux fonctionnaires par leurs entreprises ; et ce sans que l'employeur ne puisse sanctionner une telle utilisation, même en cas d'abus.

Mais ce point noir semble pouvoir être effacé par un effet inverse. En effet, selon une étude IDC réalisée pour Bouygues Télécom Entreprise en 2012, il apparaît que plus de 72% des salariés équipés de Smartphones en profiterait pour travailler sur leur temps personnel. Ainsi si les Smartphones permettent un accès permanent aux réseaux sociaux et peuvent donc remettre en cause les efforts réalisés par les employeurs pour limiter les occupations personnelles pendant le travail effectif, il s'avère que d'un autre côté le travail déborde aujourd'hui sur la vie personnelle de deux salariés sur trois et engendre donc une montée du « télétravail » non formalisé mais également non encadré.

PARTIE II

RESEAUX SOCIAUX & ACTIVITE LIBERALE

Les professions libérales peuvent être définies comme « toute profession exercée sur la base de qualifications professionnelles appropriées, à titre personnel, sous sa propre responsabilité et de façon professionnellement indépendante, en offrant des services intellectuels et conceptuels dans l'intérêt du client et du public »⁵², et sont extrêmement variées : administrateur judiciaire, avocat, médecin, notaire, infirmier, architecte, pédicure-podologue, sage-femme, vétérinaire, etc. Ces professions peuvent être organisées en ordre professionnel. Nous concentrerons notre étude sur les principales professions réglementées qui sont organisées en ordre professionnel.

Les atouts que présentent les réseaux sociaux, tant sur le plan personnel que sur le plan professionnel ne peuvent plus être ignorés, et ces professionnels tentent d'adapter ces réseaux à leur activité. Ainsi, leur fonction peut être de créer un réseau professionnel plus étendu ou de communiquer en ligne avec le public. Des réseaux sociaux réservés aux professionnels membres d'un ordre émergent également. Les réseaux sociaux tendent ainsi à devenir des « vitrines professionnelles » (Section I). Cependant, ces réseaux doivent être utilisés en respectant strictement les règles déontologiques (Section II).

⁵² Directive 2005/36/CE du Parlement européen et du Conseil du 7 septembre 2005 relative à la reconnaissance des qualifications professionnelles, considérant n°43, L 255/27.

Section I : Les réseaux sociaux au service des ordres et de leurs membres

Les réseaux sociaux sont très fréquemment utilisés à des fins personnelles. Cependant, les atouts professionnels qu'ils présentent permettent des usages diversifiés, que ce soit au service de l'activité professionnelle ou dans le prolongement de celle-ci (§1). Ces réseaux peuvent également être utilisés par les organes représentatifs en vue de défendre les intérêts de la profession considérée (§2).

§1. L'utilisation à des fins personnelles et professionnelles des réseaux sociaux par les membres des ordres

Les membres d'un ordre professionnel peuvent utiliser les réseaux sociaux à titre personnel (A) ou professionnel (B).

A. L'utilisation à des fins personnelles par les membres des ordres

Les réseaux sociaux occupent une place de plus en plus importante dans une société connectée. Ces réseaux ont parfois pu être érigés en symbole de la liberté d'expression. Ainsi, aucune disposition n'interdit aux membres d'un ordre professionnel de s'y inscrire. Certes, l'utilisation personnelle – et, *a fortiori*, professionnelle – est encadrée par les règles déontologiques, mais l'accès à ces réseaux n'est pas proscrit. Par exemple, « aucun texte n'interdit aux avocats français de tirer parti des formidables ressources des réseaux sociaux »⁵³. Les autres professions réglementées ne connaissent également aucune interdiction.

Les membres d'ordres professionnels ont la faculté de créer des profils et de développer un réseau « d'amis » ou un réseau familial. Cependant, l'utilisation personnelle, et même si le professionnel ne fait pas état de son activité professionnelle, peut engendrer de nombreuses

⁵³ LE QUELLENEC (E.), « Utilisation des réseaux sociaux par les avocats, quelles règles applicables ? », *Comm. com. électr.*, novembre 2013, n°11, étude 19, p. 11.

conséquences : par exemple, il est légitime de s'interroger sur la possibilité de rajouter comme « ami » un magistrat avec qui l'on a noué une amitié. De même, un ami ayant également la qualité de client peut-il devenir un contact sur un réseau social ? Par exemple, un juge étasunien avait envoyé une demande d'ami à une justiciable, alors qu'il intervenait dans le cadre d'une procédure de divorce⁵⁴. La cour d'appel a reconnu, dans une décision en date du 24 janvier 2014, que cela pouvait créer une peur de ne pas bénéficier d'un procès juste et impartial⁵⁵ : dès lors, le juge devait se déporter. De même, le *Judicial Ethics Advisory Committee* de Floride avait indiqué qu'un juge était tenu de s'abstenir de devenir « ami » avec les avocats pouvant intervenir devant lui⁵⁶ : il est ainsi légitime de penser que les avocats devront, *a fortiori*, s'abstenir d'établir un contact avec les magistrats. Cet avis avait été rendu à la suite de l'affaire *Domville v. State of Florida*⁵⁷.

Le professionnel devra également s'abstenir de rajouter dans sa liste de contacts des « amis » d'autres professionnels permettant de reconstituer son réseau professionnel. L'avocat devra conserver une attitude professionnelle avec les magistrats et le médecin avec ses patients, même si aucune disposition n'interdit les amitiés entre avocats et magistrats et entre médecins et patients. Toutefois, une attitude emprunte de dignité est exigée. Le membre d'un ordre professionnel devra ainsi respecter des règles déontologiques strictes lors de l'utilisation personnelle des réseaux sociaux⁵⁸.

Au-delà d'une utilisation personnelle qui se révèle importante, les réseaux sociaux peuvent également être utilisés pour assister les membres d'ordres professionnels dans leur activité. Il apparaît que les organes dirigeants des ordres sont également présents sur ces réseaux afin de

⁵⁴ *Chace v. Loisel*, Case No. 5D13-4449, Fla.App. 5 Dist., 24 janvier 2014.

⁵⁵ « Because Petitioner has alleged facts that would create in a reasonably prudent person a well-founded fear of not receiving a fair and impartial trial », *Chace vs. Loisel*, Case No. 5D13-4449, Cour of Appeal of the State of Florida, Fifth District.

⁵⁶ Fla. JEAC (*Judicial Ethics Advisory Committee*), Op. 2009-20, 17 novembre 2009, disponible à l'adresse <http://www.jud6.org/legalcommunity/legalpractice/opinions/jecopinions/2009/2009-20.html>

⁵⁷ *Domville v. Florida*, No. 4D12-556, Fl. Ct. App., 5 septembre 2012.

⁵⁸ Cf. section 2.

représenter la profession.

B. Les réseaux sociaux, une vitrine professionnelle

1. Une utilisation en plein développement

L'inscription à un réseau social peut cependant être soumise à des formalités préalables, que l'utilisation soit personnelle ou professionnelle. Par exemple, l'avocat souhaitant s'inscrire à un réseau social est soumis aux principes essentiels de sa profession, mais également aux dispositions du Règlement Intérieur National (RIN) de la profession d'avocat relatives à la publicité⁵⁹ et à la déclaration des sites internet. Ainsi, l'avocat devra informer le Conseil de l'Ordre « sans délai et lui communiquer les noms de domaines permettant d'y accéder »⁶⁰. Les réseaux sociaux n'étant accessibles que grâce à un mot de passe et un identifiant, l'Ordre ne pourra pas effectuer un contrôle aisément⁶¹.

Les atouts que représentent les réseaux sociaux pour l'activité professionnelle ne sont plus à démontrer : communication auprès du public, présentation de l'activité professionnelle, mise en avant des compétences, *etc.* Il s'agit ainsi de « maîtriser son image et de communiquer »⁶². Cependant, il apparaît que ces outils ne sont pas utilisés « massivement » : ainsi, les réseaux sociaux ne sont « pas un réflexe répandu chez les avocats »⁶³.

L'utilisation des réseaux sociaux est cependant de plus en plus répandue dans les professions réglementées, et notamment dans la profession d'avocat : ainsi, un audit réalisé entre avril et mai 2011 révèle que sur cent dix cabinets d'avocats « présents dans vingt-deux capitales

⁵⁹ Art. 10.6 al. 8 du RIN.

⁶⁰ Art. 10.6 al. 1^{er} du RIN.

⁶¹ LE QUELLENEC (E.), « Utilisation des réseaux sociaux par les avocats, quelles règles applicables ? », *Comm. com. électr.*, *op. cit.*, p. 12.

⁶² MARINO (L.), « #Avocats : à la conquête des réseaux sociaux », *JCP G*, 21 octobre 2013, n°43, 1120, p. 1979.

⁶³ PRZYBYCINSKI (M.), « Réseaux sociaux : Les cabinets d'avocats se mettent aux réseaux sociaux », *Lamy Droit et Patrimoine*, mai 2013, 225, p. 17.

internationales », soixante-dix-sept sont présents sur des réseaux sociaux⁶⁴. Ce constat doit toutefois être nuancé selon les zones géographiques. En effet, la pénétration des réseaux sociaux dans les cabinets d'avocats est extrêmement importante en Amérique du Nord et en Amérique latine, alors qu'elle se révèle relativement faible dans d'autres zones, comme dans la zone Afrique-Moyen-Orient ou encore dans la zone Asie-Pacifique. Selon une étude *ALM Legal Intelligence* citée par le *Washington Post*, les cabinets juridiques de la zone « Amériques » sont de plus en plus présents sur les réseaux sociaux, si bien que 20 % d'entre eux emploient une personne dont le travail est entièrement tourné vers le « social media », et 40 % estiment que les réseaux sociaux et les blogs ont permis d'attirer de nouveaux clients⁶⁵. L'étude était basée sur un échantillon de cent soixante-dix-neuf avocats. En Europe, la pénétration de LinkedIn apparaît importante, alors que l'utilisation de Twitter se révèle relativement résiduelle, tout comme l'utilisation de Facebook. La tendance a pu être qualifiée de « frémissante »⁶⁶, alors que les « résistances tombent »⁶⁷. Cette prudence est notamment justifiée par l'existence de règles déontologiques strictes réglementant la profession d'avocat. La nouveauté, mais surtout le caractère innovant des réseaux sociaux et les dangers y attenants impliquent en effet une prudence particulière, notamment lorsque les organes dirigeants de la profession n'ont pas encore défini avec précision le cadre d'utilisation de ces réseaux sociaux. Ces éléments seront développés *infra*.

D'autres professions réglementées sont également de plus en plus présentes sur ces réseaux, même si cette présence demeure résiduelle. Ainsi, il apparaît que seulement quelques centaines de médecins seraient présents sur Twitter⁶⁸. Une fois de plus, la relation particulière entre les clients et

⁶⁴ ANONYME, « Usage limité des réseaux sociaux par les cabinets d'avocats, une étude LexisNexis », www.martindale-hubbell.co.uk, date de mise en ligne inconnue, consulté le 10 décembre 2013, disponible sur <<http://www.martindale-hubbell.co.uk/socialmedia>>.

⁶⁵ HO (C.), « Law firms get into the social media game », www.thewashingtonpost.com, mis en ligne le 11 mars 2012, consulté le 2 décembre 2013, disponible sur <http://www.washingtonpost.com/business/capitalbusiness/law-firms-get-into-the-social-media-game/2012/02/29/gIQArYtL5R_story.html>.

⁶⁶ MARINO (L.), « #Avocats : à la conquête des réseaux sociaux », *JCP G*, *op. cit.*, p. 1979.

⁶⁷ *Ibid.*, p. 1979.

⁶⁸ GICQUEL (J.-P.), et alii, Déontologie médicale sur le web – Le Livre Blanc du Conseil national

les médecins justifie une prudence des professionnels. Certains médecins privilégient cependant Twitter afin de communiquer sur leur métier et exposer, par exemple, les difficultés auxquelles ils sont confrontés⁶⁹.

Les architectes sont également peu présents sur les réseaux sociaux. Ainsi, en 2011, 84 % des architectes déclaraient ne pas utiliser les réseaux sociaux dans le cadre de leur activité professionnelle⁷⁰, alors que 97 % d'entre eux utilisaient Internet tous les jours dans ce cadre⁷¹. Le réseau social le plus utilisé par les architectes est Facebook (11 %), alors que l'utilisation de Twitter demeure résiduelle (1 % des architectes utilisant Twitter dans le cadre de leur activité professionnelle). Les réseaux sociaux « professionnels », tels Viadeo et LinkedIn, sont utilisés très modérément, respectivement 6 % et 4 %. Une nouvelle étude, réalisée en 2012, révèle cependant que 38 % des architectes utilisent les réseaux sociaux dans le cadre de leur activité professionnelle⁷². Le réseau le plus utilisé est Facebook (29%), suivi de LinkedIn et de Viadeo (23%), et de Batiactu Réseau, un réseau social professionnel. L'utilisation de Twitter demeure résiduelle, puisque seulement 4 % des architectes utilisent le site de micro-blogging⁷³.

Les experts-comptables semblent peu présents sur les réseaux sociaux. Cependant, aucune étude n'a été réalisée sur le sujet. L'enjeu étant relativement empreint de nouveauté, des études approfondies sur l'utilisation des réseaux sociaux par d'autres professions réglementées n'ont pas encore été menées : ainsi, il est difficile de connaître le taux d'utilisation de ces réseaux par les sages-femmes, les vétérinaires, les géomètres-experts, les pédicures-podologues, les infirmiers ou

de l'Ordre des médecins, décembre 2011, p.8.

⁶⁹ RENOUL (B.), « Christophe Lamarre, ce médecin qui raconte la pauvreté roubaisienne sur Twitter », www.lavoixdunord.fr, mis en ligne le 14 octobre 2013, consulté le 30 décembre 2013, disponible sur <<http://www.lavoixdunord.fr/region/roubaix-christophe-lamarre-ce-medecin-qui-raconte-la-ia24b58797n1615054>>.

⁷⁰ ANONYME, « Les artisans, les architectes et l'innovation », Enquête CAPEB & CNOA - Batiactu, 2011, p.9 (disponible sur le site de l'Ordre des Architectes).

⁷¹ *Ibid.*, p.8.

⁷² ANONYME, « Les artisans, les architectes et l'innovation », Enquête CAPEB & CNOA - Batiactu, 2012, p.6.

⁷³ *Ibid.*, p.6.

encore les chirurgiens-dentistes. Toutefois, il convient de noter que la thématique des réseaux sociaux a été récemment abordée par l'Ordre des chirurgiens-dentistes *via* le concours de déontologie. En effet, un des sujets du concours de déontologie de 2010 avait pour intitulé : « Avec le développement de l'Internet et des réseaux sociaux (Facebook, etc.), quelles sont les règles que les chirurgiens-dentistes doivent respecter pour ne pas enfreindre le Code de déontologie ? »⁷⁴.

2. Une utilisation diversifiée

a. L'utilisation des réseaux sociaux avec son identité réelle

Il est nécessaire de distinguer les réseaux professionnels des réseaux ouverts à tous les types de public. En effet, l'utilisation dépendra du type de réseau social considéré. Ainsi, LinkedIn et Viadeo seront davantage utilisés pour entretenir ou développer un réseau professionnel. En revanche, le site de micro-blogging Twitter permettra de « souligner la réactivité du cabinet en mettant en avant l'actualité juridique »⁷⁵. Et pour M. Patrick Ramon, Facebook permet la création d'un « lien de proximité avec notre clientèle, un lien différent »⁷⁶. Les usages sont ainsi différenciés selon les réseaux sociaux considérés. Ce constat est notamment confirmé par l'utilisation grandissante des réseaux sociaux professionnels dédiés à une profession réglementée déterminée, comme Hub-Avocat, Vox-Avocats, meltingDoc, TalentPharmacie ou encore Pharma-Reseau.com. Grâce à ces réseaux, les professionnels peuvent développer leur réseau professionnel tout en soutenant leur activité. Ainsi, en s'inscrivant à hub-avocat.fr, l'avocat peut échanger avec ses confrères, rechercher des postulutions, demander des conseils juridiques à des confrères plus expérimentés dans un domaine d'activité déterminé ou encore disposer d'un logiciel de suivi des heures. Le réseau social permet alors de dépasser la simple communication d'informations et d'actualités au public. Les professionnels peuvent multiplier le nombre de réseaux sociaux utilisés afin de répondre à une stratégie, celle de développer une activité professionnelle. Il pourra ainsi

⁷⁴ ANONYME, « La démographie et Facebook au concours de déontologie », *La Lettre – Ordre national des chirurgiens-dentistes*, novembre 2010, n°92, p. 19.

⁷⁵ PRZYBYCINSKI (M.), « Réseaux sociaux : Les cabinets d'avocats se mettent aux réseaux sociaux », *Lamy Droit et Patrimoine*, 2013, p. 17.

⁷⁶ *Ibid.*, p. 17.

utiliser Twitter pour communiquer avec le public, et LinkedIn, Viadeo et des réseaux sociaux dédiés pour développer un réseau professionnel : une stratégie pourra alors être servie par plusieurs tactiques.

b. L'utilisation des réseaux sociaux sous couvert d'anonymat

Les membres d'un ordre professionnel peuvent également utiliser un réseau social en gardant leur identité « secrète », afin d'utiliser ces réseaux dans le prolongement de leur activité professionnelle. Certains professionnels ont en effet privilégié l'utilisation d'un pseudonyme afin d'apparaître sur les réseaux sociaux. Le plus célèbre est sans aucun doute « Maître Eolas », actif *via* son blog et Twitter et qui a toujours refusé de révéler son identité⁷⁷. D'autres professionnels sont présents sur les réseaux sociaux sous un pseudonyme, bien que leur identité puisse être aisément établie en recoupant plusieurs sources. L'utilisation d'un pseudonyme permet, parmi plusieurs avantages (par exemple, éviter des sollicitations ou éviter de violer les dispositions relatives à la publicité) de réduire le risque de violation du secret professionnel⁷⁸ si le professionnel, en plus de garder secrète son identité, prend le soin d'anonymiser le contenu qu'il publie (photos, articles, *etc.*). Cependant, il est à noter que « l'anonymat ne permet pas tout, et comporte des degrés »⁷⁹.

Le recours à un pseudonyme peut être prohibé pour l'exercice de l'activité professionnelle. Ainsi, les médecins ne peuvent exercer la médecine sous un pseudonyme⁸⁰. En revanche, une telle utilisation est autorisée pour des activités se rattachant à sa profession. Cependant, le médecin est alors tenu « d'en faire la déclaration au Conseil de l'Ordre »⁸¹. Les dispositions s'appliquant aux

⁷⁷ EOLAS (pseud.), « Quelques mots sur ce blog », www.maitre-eolas.fr, date de mise en ligne inconnue, consulté le 28 décembre 2014, disponible sur : <<http://www.maitre-eolas.fr/pages/quelquesmots>>.

⁷⁸ NETTER (E.), entretien, « La responsabilité juridique de l'utilisateur de Twitter », *JCP G*, 14 janvier 2013, n°3, 65, p. 102.

⁷⁹ *Ibid.*, p. 102

⁸⁰ Art. 75, al. 1^{er} du code de déontologie médicale, art. R.4127-75, al. 2 du C. santé publ.

⁸¹ Art. 75, al. 2 du code de déontologie médicale.

sages-femmes sont similaires⁸². Toutefois, le Conseil national de l'Ordre des médecins conseille à ses membres publiant sur des réseaux sociaux « d'assumer leur identité, ce qui renforce leur prise de parole dans le champ professionnel »⁸³.

§2. Les réseaux sociaux, des outils au service de la profession

Les organes représentatifs, notamment responsables de l'image de la profession, sont très présents sur les réseaux sociaux. Ainsi, de nombreux ordres animent des pages Facebook et des profils Twitter, comme le Conseil national de l'Ordre des infirmiers, le Conseil national de l'Ordre des médecins, le Conseil national de l'Ordre des sages-femmes, le Conseil supérieur de l'Ordre des experts-comptables (qui possède également un profil YouTube), ou encore le Conseil National des Barreaux (A). Les organes représentatifs peuvent parfois gérer eux-mêmes des réseaux sociaux (B). Cependant, l'utilisation de ces derniers n'est pas sans risque, et certains ordres organisent des formations à destination de leurs membres (C). Enfin, les réseaux sociaux peuvent être utilisés pour défendre les intérêts de la profession au niveau syndical (D).

A. Les réseaux sociaux et les organes représentatifs

Les réseaux sociaux présentent de nombreux atouts, et donnent la faculté aux ordres professionnels de communiquer efficacement sur la profession non seulement auprès des membres de l'ordre, mais également auprès d'un public diversifié, comprenant par exemple les étudiants. Le Conseil National des Barreaux utilise ainsi sa page Facebook pour délivrer des communiqués, diffuser des actualités, ou encore proposer des formations.

Les profils Twitter des conseils nationaux peuvent également être utilisés pour diffuser plus largement des informations délivrées par les membres ou par d'autres organismes ou institutions. Ces profils peuvent également organiser une véritable interaction avec les membres de l'ordre considéré. Ainsi, le Conseil National des Barreaux anime le profil Twitter « e_barreau », qui permet

⁸² Art. R. 4127-308, al. 4 du C. santé publ.

⁸³ GICQUEL (J.-P.), et alii, Déontologie médicale sur le web – Le Livre Blanc du Conseil national de l'Ordre des médecins, op. cit., p.23.

aux avocats de poser des questions sur le service « RPVA » (Réseau Privé Virtuel des Avocats). Les organes dirigeants peuvent alors dépasser la simple représentation de la profession et offrir des services à leurs membres.

B. La gestion de réseaux sociaux par les organes représentatifs de la profession

Les réseaux sociaux professionnels ou utilisables dans le cadre de l'activité professionnelle sont nombreux : Viadeo, LinkedIn, Twitter, *etc.* Cependant, il existe également des réseaux sociaux exclusivement destinés à certains professionnels (Hub-Avocat, meltingDoc, TalentPharmacie, *etc.*). Ce type de réseau social peut être contrôlé par l'organe représentatif lui-même. L'exemple le plus probant est sans doute Vox-Avocats, « le réseau social officiel des avocats ». Ce réseau social avait été créé en octobre 2011 par un avocat, et avait été racheté en février 2013 par le Conseil National des Barreaux⁸⁴. Après le développement d'une nouvelle version, Vox-Avocats a été relancé en novembre 2013. Ce réseau social, uniquement accessible par les avocats (l'accessibilité est en effet garantie par le numéro CNBF), comporte notamment « un espace d'entraide et de partage » et une « bibliothèque d'actes types collaborative »⁸⁵.

C. La formation des professions réglementées à l'usage des réseaux sociaux

Les membres de professions réglementées étant soumis à des règles particulières, ceux-ci appréhendent les réseaux sociaux avec « prudence », et même avec une certaine méfiance, « car il faut bien connaître les médias sociaux pour s'en servir correctement »⁸⁶. Pour être réellement efficace et devenir un support de l'activité professionnelle, les réseaux sociaux réclament en effet une maîtrise particulière que peu de personnes possèdent véritablement. Au-delà d'une lecture

⁸⁴ GROS (L.), « Relooking pour Vox-Avocats », www.droit-ntic.fr, mis en ligne le 4 novembre 2013, consulté le 26 décembre 2013, disponible sur : <<http://www.droit-inc.fr/article10982-Relooking-pour-Vox-avocats>>.

⁸⁵ ANONYME, « Découvrez Vox-Avocats, le réseau social officiel de la profession pour les avocats », www.cnb.avocat.fr, mis en ligne le 4 novembre 2013, consulté le 26 décembre 2013, disponible sur <http://cnb.avocat.fr/Decouvrez-Vox-Avocats-le-reseau-social-officiel-de-la-profession-pour-les-avocats_a1792.html>.

⁸⁶ MARINO (L.), « #Avocats : à la conquête des réseaux sociaux », *JCP G, op. cit.*, p. 1979.

attentive des conditions générales d'utilisation, il est nécessaire de proposer aux professionnels des formations dédiées aux réseaux sociaux. L'École de Formation des Barreaux de Paris a ainsi organisé, le 29 novembre 2011, une conférence intitulée « Avocats et NTIC : Intégrer le web et les nouveaux médias dans la vie professionnelle »⁸⁷. Des conférences orientées vers les règles déontologiques sont également organisées : une conférence intitulée « Réseaux sociaux et secret professionnel » avait ainsi été organisée le 13 octobre 2011⁸⁸. Au-delà des conférences, les différents ordres s'organisent également afin de produire une documentation permettant à leurs membres d'être sensibilisés à ces problématiques. Ainsi, l'Ordre des médecins a publié un livre blanc intitulé « Déontologie médicale sur le web », consultable sur le site internet de l'Ordre⁸⁹. Ce livre blanc aborde notamment la thématique des réseaux sociaux et le problème de l'identité numérique.

D. Les réseaux sociaux et la défense des intérêts de la profession

Les membres de professions réglementées peuvent également utiliser les réseaux sociaux de manière anonyme afin de défendre leur profession ou de diffuser leurs revendications professionnelles et syndicales. Ainsi, la page Facebook « Pigeons pharmaciens » souhaite réunir les « Défenseurs de la profession et donc de la Santé Publique (*sic*) ». Cependant, rien n'indique l'approbation de l'Ordre national des pharmaciens, et certains membres ne disposent pas de la qualité de pharmacien. Le groupe Leclerc semble cristalliser les critiques. Certaines publications, notamment celles que la page a « partagé », pourraient être susceptibles de heurter certains principes de la profession de pharmacien. Ce « collectif » gère également une page Twitter. Un autre exemple, également relatif à l'utilisation de Twitter, est celui de la « fronde de médecins

⁸⁷ FORNER-ORDIONI (E.), « Génération Twitter », *JCP G*, 26 décembre 2011, n°52, 1472, p. 2598.

⁸⁸ DEGROOTE (F.), « L'avocat, le secret et les réseaux sociaux », www.neolex.fr, mis en ligne le 10 octobre 2011, consulté le 26 décembre 2013, disponible à l'adresse : <<http://www.neolex.fr/2011/10/10/lavocat-le-secret-et-les-reseaux-sociaux/>>.

⁸⁹ GICQUEL (J.-P.), et alii, *Déontologie médicale sur le web – Le Livre Blanc du Conseil national de l'Ordre des médecins*, op. cit., 48 p.

contre les déserts médicaux »⁹⁰. Le « tweet » renvoyait vers un blog, où un document proposait notamment des idées en vue d'améliorer la situation des médecins. La ministre des Affaires sociales et de la Santé, madame Marisol Touraine, avait alors réagi sur le même réseau social.

Il est à noter que les syndicats professionnels disposent également de profils sur les réseaux sociaux. Ainsi, le Syndicat des Avocats de France gère un profil Twitter et l'USPO (Union des syndicats de pharmaciens d'officine) possède une page Facebook et un profil Twitter. De même, l'Union Nationale et Syndicale des Sages-Femmes gère une page Facebook, et le syndicat national des jeunes médecins généralistes dispose d'une page Twitter.

Exemple de compte Twitter :



Sources : capture d'écran du profil Twitter du Syndicat Jeunes MG

Cette utilisation est néanmoins soumise aux règles déontologiques propres à chaque profession. En effet, ces règles s'appliquent lors de l'utilisation des réseaux sociaux. De surcroît, l'utilisation de tels réseaux n'est pas sans danger pour des professionnels soumis à des règles

⁹⁰ CAILLAT (S.), « Sur Twitter, la fronde de médecins contre les déserts médicaux », www.rue89.fr, mis en ligne le 6 septembre 2012, consulté le 30 décembre 2013, disponible sur <<http://www.rue89.com/2012/09/06/sur-twitter-la-fronde-de-medecins-20-contre-les-deserts-medicaux-235107>>.

strictes.

Section II : L'encadrement strict de l'utilisation des réseaux sociaux par les ordres

Les réseaux sociaux peuvent être la source de nombreux dangers (§1). Ce constat justifie un encadrement strict par les ordres. Au-delà des principes essentiels régissant chaque profession, certaines règles déontologiques sont particulièrement impactées par l'arrivée des réseaux sociaux. En effet, ces derniers offrant la possibilité de communiquer sur les compétences professionnelles, la tentation pour les professionnels de s'affranchir des règles relatives au secret professionnel, à la publicité et au démarchage est grande (§2).

§1. Les réseaux sociaux, sources de dangers pour les membres d'ordres professionnels

Le principal danger des réseaux est de ne plus différencier la vie virtuelle et la vie « réelle » (*IRL – In Real Life*). Un professionnel pourrait ainsi estimer pouvoir s'affranchir des règles de comportement inhérentes à l'appartenance d'un ordre lorsqu'il utilise un réseau social. Selon M. Patrick Ramon, qui souligne avec justesse ce risque, Facebook permet la création d'un « lien de proximité avec notre clientèle, un lien différent »⁹¹. Ce « lien différent » ne doit cependant pas autoriser le professionnel à s'affranchir des règles déontologiques : celui-ci est toujours soumis à de telles règles (A). Les membres d'un ordre doivent également avoir conscience des dangers que représente l'utilisation non maîtrisée des réseaux sociaux (B).

⁹¹ PRZYBYCINSKI (M.), « Réseaux sociaux : Les cabinets d'avocats se mettent aux réseaux sociaux », *Lamy Droit et Patrimoine, op.cit.*, p. 17.

A. L'exigence d'un comportement conforme aux règles de l'ordre

Les règles déontologiques vont trouver à s'appliquer tant lors d'une utilisation à des fins personnelles qu'à des fins professionnelles.

1. L'exigence d'un comportement conforme aux règles de l'ordre lors de l'utilisation personnelle des réseaux sociaux

Les professionnels appartenant à un ordre doivent se conformer aux attitudes exigées par les règles déontologiques exposées par les règlements intérieurs propres à chaque ordre ou consacrées par la tradition. Un membre d'un ordre possède une qualité qui peut être qualifiée de propre à la personne et au titre : cette qualité ne cesse pas lors de la cessation de l'activité professionnelle. Ainsi, une attitude empreinte de dignité tant au niveau professionnel qu'au niveau personnel est exigée. En effet, les actes d'un membre d'un ordre, s'ils n'engagent pas de responsabilité juridique particulière pour l'ensemble de l'ordre considéré, engagent l'image de la profession. Ainsi, pour l'avocat, « cette éthique ne se limite pas au cercle de l'exercice de la profession, elle s'étend à toute la vie de l'avocat »⁹².

L'exemple le plus patent est sans doute le Règlement Intérieur National de la profession d'avocat. L'article 1.3, en son alinéa 1, dispose ainsi que « les principes essentiels de la profession guident le comportement de l'avocat en toutes circonstances ». Ce constat est renforcé par les dispositions relatives au secret professionnel, qui est « d'ordre public »⁹³, « général, absolu et illimité dans le temps »⁹⁴. De surcroît, « l'avocat ne commet, en toute matière, aucune divulgation contrevenant au secret professionnel »⁹⁵. Le sceau du secret ne peut donc être brisé par l'avocat, y compris en-dehors du cadre professionnel. Ces dispositions s'appliquent donc à l'avocat agissant à titre personnel. L'expression « en toutes circonstances » est également présente dans d'autres codes

⁹² MARTIN (R.), CARON (J.-C.), DIEMUNSCH (M.), *Déontologie de l'avocat*, LexisNexis, coll. Droit et professionnels, 11^e éd., Paris, 2013, p. 197.

⁹³ Art. 2.1, al. 2 du RIN.

⁹⁴ Ibid.

⁹⁵ Art. 2.1, al. 3 du RIN.

de déontologie. Ainsi, l'article 3 du code de déontologie médicale⁹⁶ dispose que « le médecin doit, en toutes circonstances, respecter les principes de moralité, de probité et de dévouement indispensables à l'exercice de la médecine », et l'article 31 du même code⁹⁷ précise que « tout médecin doit s'abstenir, même en dehors de l'exercice de sa profession, de tout acte de nature à déconsidérer celle-ci ». Le projet de code de déontologie des infirmiers dispose également que « l'infirmier doit, en toutes circonstances, respecter les principes de moralité, de probité, de loyauté et d'humanité indispensables à l'exercice de la profession ». Cette expression est reprise par l'article R.4322-33 du Code de la santé publique, qui dispose que « le pédicure-podologue respecte, en toutes circonstances, les principes de moralité, de probité et de dévouement indispensables à l'exercice de la pédicurie-podologie ». Enfin, le pharmacien est tenu de « s'abstenir de tout fait ou manifestation de nature à déconsidérer la profession, même en-dehors de l'exercice de celle-ci » : un comportement conforme à la « probité et la dignité de la profession » est ainsi exigé « en toutes circonstances »⁹⁸. Certes, le respect des règles déontologiques dans le cadre de la vie privée constitue une interprétation extensive de l'expression « en toutes circonstances », mais celle-ci semble légitime dans le cadre d'ordres mus par des principes larges.

Le code de déontologie des sages-femmes contient également des dispositions extrêmement pertinentes : en effet, son article R4127-308 dispose notamment que « la sage-femme doit éviter dans ses écrits et par ses propos toutes atteinte à l'honneur de la profession ou toute publicité intéressant un tiers, un produit ou une firme quelconque et, d'une manière générale, tout ce qui est incompatible avec la dignité individuelle et professionnelle d'une sage-femme ». Le code de déontologie des vétérinaires est encore plus explicite, puisque son article R242-33 VIII dispose que « le vétérinaire s'abstient, même en dehors de l'exercice de la profession, de tout acte de nature à déconsidérer celle-ci ». Enfin, les infirmiers sont tenus de s'abstenir de calomnier ses confrères ainsi que les autres professionnels de santé, « de médire de lui ou de se faire écho de propos

⁹⁶ Art. R. 4127-3 du C. santé publ.

⁹⁷ Art. R. 4127-31 du C. santé publ.

⁹⁸ Art. R. 4235-3 du Code de déontologie des pharmaciens et du C. santé publ.

susceptibles de lui nuire dans l'exercice de sa profession »⁹⁹.

Même si la profession de notaire n'est pas organisée en ordre professionnel, il peut être utile de préciser que le notaire devra, « par son comportement, [...] s'attacher à donner la meilleure image de sa profession »¹⁰⁰. Il sera ainsi tenu de s'abstenir de porter atteinte à l'image de sa profession lors de l'utilisation d'un réseau social.

Ces principes peuvent être qualifiés « d'essentiels ». Ce terme est repris par le Règlement Intérieur National de la profession d'avocat, qui prévoit que « l'avocat participant à un blog ou à un réseau social doit respecter les principes essentiels de la profession [...] »¹⁰¹. Leur déontologie leur interdira notamment de violer le secret professionnel, par exemple en publiant sur un réseau social un commentaire révélant l'identité d'un client (ou, pour les professions médicales, d'un patient et sa maladie ou ses problèmes), ou de publier une photographie d'un confrère pouvant porter préjudice à celui-ci. Les règles de confraternité étant strictes quelle que soit la profession réglementée, les professionnels devront en toutes circonstances s'abstenir de dénigrer leurs confrères, ou de délivrer au public des informations pouvant porter atteinte à la dignité d'un confrère : ainsi, la confraternité constitue un principe essentiel de la profession d'avocat¹⁰².

De même, l'avocat devra s'abstenir de publier sur les réseaux sociaux des liens hypertextes renvoyant vers des contenus contraires aux principes essentiels de la profession. L'avocat souhaitant « retwetter » un contenu possédant un lien hypertexte devra par ailleurs s'assurer de la conformité du contenu aux règles déontologiques.

Le professionnel sera tenu de conserver une attitude empreinte de dignité à l'égard des clients, de ses confrères, mais également à son propre égard. En effet, il doit conserver la maîtrise de son profil et de ses publications, et, par exemple, se garder de publier une photographie ou un « commentaire » dégradant et contraire à l'exigence de dignité. De même, le membre d'une

⁹⁹ Art. R. 4312-12 du C. santé pub.

¹⁰⁰ Art. 1.2, al. 1^{er} du Règlement national/Règlement inter-cours des notaires.

¹⁰¹ Art. 10.6, al. 8 du RIN.

¹⁰² Art. 1.3, al. 3 du RIN.

profession réglementée doit conserver une distance particulière avec ses clients et éviter de les contacter ou de les rajouter à une liste « d'amis ». Le livre blanc « Déontologie médicale sur le web » indique ainsi aux médecins qu'ils doivent refuser « toute sollicitation de patients désireux de faire partie de ses relations en ligne »¹⁰³, la relation particulière existant entre le médecin et son patient devant rester « celle de l'empathie et de la neutralité des affects »¹⁰⁴.

La maîtrise des paramètres de confidentialité et de diffusion se situe donc au cœur de la stratégie de maîtrise de son image. Ainsi, le livre blanc à destination des médecins rappelle que « à titre personnel, le médecin doit veiller à réserver l'accès à son profil et à paramétrer les filtres de confidentialité disponibles permettant de contrôler la divulgation des informations personnelles qui la concernent »¹⁰⁵.

Le professionnel devra donc respecter les principes fondamentaux de son ordre lorsqu'il utilisera à titre personnel un réseau social.

2. L'exigence d'un comportement conforme aux règles de l'ordre lors de l'utilisation professionnelle des réseaux sociaux

Si des comportements empreints de dignité et de loyauté sont exigés lors d'une utilisation personnelle des réseaux sociaux, ils sont *a fortiori* réclamés lors d'une utilisation professionnelle. Or, il apparaît que l'usage de réseaux sociaux peut être parfois incompatible avec une activité professionnelle conforme aux règles déontologiques.

Les grands principes régissant la profession s'appliquent dans leur intégralité dans le cadre de telles utilisations. Par exemple, un avocat sera tenu de s'abstenir, lors d'un commentaire d'une décision de justice, de préciser le manque de compétence d'un confrère, d'un magistrat, ou même de critiquer l'attitude du justiciable. Le professionnel devra également s'abstenir de dénigrer son ordre, et, de manière plus large, de porter atteinte à l'image de sa propre profession.

¹⁰³ GICQUEL (J.-P.), et alii, Déontologie médicale sur le web – Le Livre Blanc du Conseil national de l'Ordre des médecins, op. cit., p. 22.

¹⁰⁴ *Ibid.*, p. 22.

¹⁰⁵ *Ibid.*, p. 22.

De même, et même si la profession n'est pas organisée en ordre, un notaire, s'il « a connaissance d'une erreur ou d'une faute commise par un confrère dans l'exercice de sa profession, [...] doit s'abstenir de faire-part de ses critiques au client sans en avoir au préalable référé à son confrère »¹⁰⁶. Le professionnel doit de surcroît s'abstenir de rajouter dans sa liste de contact ou d'« amis » des clients ou des patients, leur nom pouvant alors être révélé par une simple recherche.

Ainsi, que ce soit dans le cadre de l'activité professionnelle ou de la vie personnelle, l'utilisation d'un réseau social réclame une attitude conforme aux principes des ordres. Cette exigence est notamment rappelée par le livre blanc publié par le Conseil national de l'Ordre des médecins, qui enjoint les médecins à ne pas agir « de manière à déconsidérer la profession »¹⁰⁷. Elle justifie également que le professionnel dispose d'une liberté d'expression « bien plus restreinte que celle de l'internaute lambda »¹⁰⁸.

B. Une sécurité défaillante

Les risques liés à un comportement contraires aux règles élémentaires sont donc rappelés par les ordres. Cependant, les réseaux sociaux font naître d'autres dangers pour les membres d'ordres professionnels, notamment au niveau de la sécurité, de l'identité numérique, mais également au niveau de l'échange d'informations.

1. La problématique de l'usurpation numérique

L'inscription à un réseau social est aisée. Par exemple, il suffit d'indiquer son nom, son prénom, son adresse électronique, sa date de naissance son sexe, et de choisir un mot de passe pour accéder à la « nébuleuse » Facebook. Un membre d'une profession réglementée peut donc s'inscrire afin de créer un profil. Il pourra ensuite créer la page de son cabinet, sa page professionnelle, ou inscrire tout simplement sur son profil personnel le nom du cabinet. Il sera ensuite aisé, si celui-ci

¹⁰⁶ Art. 4.3, al. 1^{er} du Règlement national/Règlement inter-cours des notaires.

¹⁰⁷ GICQUEL (J.-P.), et alii, Déontologie médicale sur le web – Le Livre Blanc du Conseil national de l'Ordre des médecins, op. cit., p. 40.

¹⁰⁸ MOLURI (F.), « Les réseaux sociaux : mines d'informations virtuellement... "antipersonnel" », *Grand Lille Avocats*, juin 2010, n°3, p. 15.

n'a pas pris le soin d'établir des paramètres de confidentialité stricts, d'établir la liste de ses relations, ou encore de prendre connaissance de son lieu de travail. Cette recherche simple peut permettre d'établir avec précision le profil d'un professionnel qui ne maîtriserait pas les réseaux sociaux, de surcroît si cette recherche est complétée par des recherches supplémentaires sur d'autres réseaux sociaux ou tout simplement sur un moteur de recherche. Un avocat précise ainsi qu'« en s'inscrivant sur de tels sites, il est possible pour tout internaute de connaître le réseau de contacts d'un avocat et, partant, ses potentiels clients »¹⁰⁹.

Du fait d'une facilité d'inscription déconcertante sur certains réseaux sociaux, il peut être ardu de vérifier l'identité d'une personne qui se présente comme membre d'une profession réglementée. La création de faux profils est courante, surtout dans le domaine politique. Un client – ou un patient – mécontent dispose de la faculté, même si celle-ci est strictement prohibée¹¹⁰, de créer un faux profil, par exemple au nom du professionnel qu'il souhaite dénigrer, afin de publier des informations pouvant porter préjudice à ce professionnel. Ce dernier devra alors agir dans l'urgence afin de permettre la suppression de ce faux profil. Si celui-ci n'a de surcroît pas protégé les noms de ses clients efficacement, la personne indélicatement pourra, sans aucune difficulté, opérer des recoupements d'informations afin de contacter, grâce à son faux profil, les clients afin de les démarcher. L'impact n'est donc pas négligeable. Le Conseil national de l'Ordre des médecins a ainsi souhaité limiter les risques d'usurpation numérique : « le Cnom proposera aux médecins de référencer leur compte de micro-blogging sur le site web de l'Ordre national, agissant alors seulement en nom collectif, comme Twitter le propose actuellement aux sociétés »¹¹¹. Le livre blanc précise également que les contenus resteraient sous la responsabilité de leurs auteurs : ce référencement aurait ainsi pour seule fonction de limiter considérablement le risque « d'identité numérique, qu'elle soit en nom propre ou sous pseudonyme enregistré ». Afin de réduire considérablement ce risque, des réseaux sociaux professionnels, entièrement destinés à un secteur

¹⁰⁹ LE QUELLENEC (E.), « Utilisation des réseaux sociaux par les avocats, quelles règles applicables ? », *Comm. com. électr., op. Cit.*, p. 12.

¹¹⁰ Art. 226-4-1, al. 1 du C. pén.

¹¹¹ GICQUEL (J.-P.), et alii, *Déontologie médicale sur le web – Le Livre Blanc du Conseil national de l'Ordre des médecins*, op. cit., p. 23.

particulier, ont mis en place des mécanismes permettant de s'assurer de l'identité de la personne souhaitant s'inscrire. Ainsi, Vox-Avocats réclame, pour valider l'inscription, le numéro CNBF propre à chaque avocat¹¹². D'autres réseaux professionnels, s'ils ne réclament pas une telle information, tentent de limiter le risque d'usurpation numérique. Par exemple, l'inscription à Hub-Avocat n'est possible que si le professionnel coche une case « Je certifie être avocat (il est rappelé que l'usurpation du titre d'avocat est pénalement sanctionné) »¹¹³. Cette information est absente de la page d'accueil de meltingDoc. Cependant, les conditions générales d'utilisation précisent, à l'alinéa 4 de l'article 1.2, que « l'Utilisateur reconnaît sur l'honneur l'exactitude des renseignements fournis, reconnaît les risques encourus en cas d'usurpation d'identité et certifie adresser une preuve de sa formation médicale à l'adresse certification@meltingdoc.com ». Un autre réseau social précise, toujours *via* les conditions générales d'utilisation, que le site, en l'espèce pharma-reseau.com, « ne disposant pas des moyens de s'assurer de l'identité des personnes s'inscrivant à ses services, n'est pas responsable en cas d'usurpation ou de l'identité d'un membre »¹¹⁴. Le réseau social www.talentpharmacie.com énonce que « TalentPharmacie n'a aucune obligation de vérifier l'identité des personnes s'abonnant à ses services, ni une obligation de surveiller l'utilisation de ses services par d'autres utilisateurs ». En revanche, ce site établit une liste d'obligations incombant à l'utilisateur. Le point 25 de cette liste précise ainsi que l'utilisateur doit s'abstenir « d'utiliser ou tenter d'utiliser le compte d'une autre personne sans l'autorisation de la Société ou créer une fausse identité sur TalentPharmacie »¹¹⁵. Un autre réseau social également dédié aux pharmaciens et aux étudiants en pharmacie précise que le groupe régissant ce réseau « se réserve le droit d'engager les poursuites nécessaires en cas de déclarations mensongères ou frauduleuses »¹¹⁶. Ce site indique de surcroît que le réseau valide l'inscription « en croisant les données que vous nous communiquez avec différentes sources professionnelles », et qu'un justificatif « professionnel » peut être réclamé.

¹¹² <http://www.vox-avocats.com/user/register> (consulté le 26 décembre 2013).

¹¹³ <https://www.hub-avocat.fr/> (consulté le 26 décembre 2013).

¹¹⁴ <http://www.pharma-reseau.fr/pid114-conditions-g-n-rales-d-utilisation.html> (consulté le 26 décembre 2013).

¹¹⁵ <http://talentpharmacie.fr/conditions-d-utilisation> (consulté le 26 décembre 2013).

¹¹⁶ <http://www.pharmext.com/signup.php> (consulté le 26 décembre 2013).

Enfin, LinkedIn précise que le site est « exonéré de toute responsabilité pour usurpation d'identité »¹¹⁷, et une personne s'inscrivant sur Viadeo s'engage à « ne pas utiliser de fausse identité en vue de tromper autrui »¹¹⁸. Le risque d'usurpation d'identité est accru sur les réseaux sociaux ouverts à un public non professionnel, tels Facebook ou Twitter. Il pourrait être judicieux de rappeler, à l'instar du site Hub-Avocat, que l'usurpation d'un titre est pénalement sanctionnée¹¹⁹.

2. Les consultations numériques

Au-delà de la création de faux profils, le professionnel doit faire preuve d'une vigilance particulière lors de « consultations numériques ». Ces consultations sont parfois autorisées par certains ordres professionnels. Ainsi, un client peut consulter un avocat en ligne. De nombreux sites d'avocats proposent en effet des « consultations en ligne ». Par exemple, le barreau de Namur (barreau belge), propose sur son site internet une page dédiée aux consultations en ligne¹²⁰. Pour autant, ces consultations peuvent-elles être proposées *via* des réseaux sociaux ? Selon certains auteurs, les règles posées par le Règlement Intérieur National de la profession d'avocat « sont suffisamment précises pour être applicables »¹²¹. L'article 6.6 (« Prestation juridique en ligne ») du Règlement Intérieur National de la profession d'avocat aborde cette problématique. Si « la fourniture par transmission électronique de prestations juridiques »¹²² est possible, celle-ci est strictement encadrée. Ainsi, l'avocat est tenu de communiquer son nom à l'utilisateur, et ce « avant toute conclusion de tout contrat de fourniture de prestations juridiques »¹²³, et est tenu d'être identifiable à tout moment. Cette disposition évite aux potentiels clients de contracter avec des

¹¹⁷ http://www.linkedin.com/legal/user-agreement?trk=hb_ft_userag (consulté le 26 décembre 2013).

¹¹⁸ Art. 2, al. 6, II° des conditions d'utilisation de Viadeo (consulté le 26 décembre 2013).

¹¹⁹ Art. 433-17, al. 1 du C. pén.

¹²⁰ <http://www.barreaudenamur.be/FR/Consultation.aspx> (consulté le 26 décembre 2013).

¹²¹ LE QUELLENEC (E.), « Utilisation des réseaux sociaux par les avocats, quelles règles applicables ? », *Comm. com. électr., op. Cit.*, p. 13.

¹²² Art. 6.6.1, al. 1^{er} du RIN.

¹²³ Art. 6.6.1, al. 2 du RIN.

« braconniers du droit ». Il est également imposé à l'avocat de s'assurer de l'identité du « client ». Cette règle protège ainsi l'avocat du risque de violation du secret professionnel ou des dispositions relatives au conflit d'intérêts. Si l'avocat est tenu d'être identifiable à tout moment, le client doit également fournir des éléments permettant de le contacter directement. Certains auteurs estiment qu'il est possible de consulter un « ami » *via* les réseaux sociaux, « sans oublier toutefois que la confidentialité de ces vecteurs est très relative, ni qu'une consultation en ligne reste un conseil qui engage celui qui le prodigue, dans ce cas toutefois souvent trop généralement et sans avoir lu les pièces qui devraient en constituer le support »¹²⁴. Une position encore plus explicite provient du site web du Conseil national de l'Ordre des sages-femmes. Le site internet du Conseil rappelle que « l'information ou le conseil en ligne ne sont pas des consultations médicales et ne doivent pas exonérer le patient d'une vraie consultation qui seule pourra aboutir à un diagnostic et à une prescription »¹²⁵. L'emploi du terme « vraie » renforce la méfiance vis-à-vis des consultations en ligne. Ainsi, une sage-femme devra s'abstenir, sur les forums internet, et, par extension, sur les réseaux sociaux où elle peut participer à des « pages » et des « groupes », de réaliser une consultation ou de donner des informations pouvant engendrer chez les lecteurs une sensation de consultation.

En revanche, le Conseil national de l'Ordre des médecins a fait part de sa méfiance à l'égard des prestations dématérialisées (« télé-conseil personnalisé »)¹²⁶. Le livre blanc précise que « les médecins, comme le grand public, doivent rester attentifs au respect des règles et recommandations qui entourent des activités distinctes : le télé-conseil ne peut en aucun cas être assimilé à une

¹²⁴ MARTIN (R.), CARON (J.-C.), DIEMUNSCH (M.), *Déontologie de l'avocat, op. cit.*, p. 273.

¹²⁵ ANONYME, « Une sage-femme peut-elle être consultante sur des forums internet ? », www.ordre-sages-femmes.fr, date de mise en ligne inconnue, consulté le 30 décembre 2013, disponible sur http://www.ordre-sages-femmes.fr/NET/fr/document//2/parte_extranet/exercice_liberal/procedes_dinformation_des_patientes/une_sagefemme_peutelle_etre_consultante_sur_des_forums_internet_/index.htm

¹²⁶ ANONYME, « Téléconseil personnalisé », www.conseil-national.medecin.fr, mis en ligne le 29 janvier 2012, consulté le 27 décembre 2013, disponible sur <http://www.conseil-national.medecin.fr/article/teleconseil-personnalise-1155>

téléconsultation »¹²⁷. Pour le Conseil national de l'Ordre des médecins, le télé-conseil pourrait être défini par l'expression d'« orientation dans la prise en charge »¹²⁸. La méfiance – ou la prudence – du Conseil à l'égard de telles consultations ne semblent donc pas permettre une consultation dématérialisée *via* les réseaux sociaux.

3. Les modèles économiques des réseaux sociaux

Ces problèmes liés à la sécurité doivent inciter les professionnels à consulter avec attention les conditions générales d'utilisation, et ce notamment aux fins d'établir le modèle économique régissant le réseau social considéré. Une fois de plus, le livre blanc à destination des médecins se révèle être une source importante d'informations. Celui-ci demande ainsi aux médecins souhaitant s'inscrire à un réseau social dédié aux médecins de « se poser la question du modèle économique qui le sous-tend et veiller à ce que les règles d'utilisation et la finalité de la plate-forme, ainsi que les partenariats commerciaux noués par son promoteur, soit clairement précisés »¹²⁹. Le Code de déontologie impose en effet au médecin de veiller « à l'usage qui est fait de son nom, de sa qualité ou de ses déclarations »¹³⁰. Les liens tissés entre le médecin et ce type de réseau social peuvent se révéler dangereux : le livre blanc précise en effet que le leader américain « tire ses revenus de la revente à l'industrie pharmaceutique du contenu des échanges réalisés entre ses membres »¹³¹. Les avocats devront également avoir conscience de ce danger. Sur ce point, la suprématie du réseau Vox-Avocats, « le réseau social officiel des avocats » est difficile à contester, puisque c'est le Conseil National des Barreaux qui « offre à tous les avocats de France et à l'ensemble des 161 barreaux »¹³² ce réseau social. En revanche, d'autres réseaux sociaux présentent les noms de leurs

¹²⁷ GICQUEL (J.-P.), et alii, Déontologie médicale sur le web – Le Livre Blanc du Conseil national de l'Ordre des médecins, op. cit., p. 29.

¹²⁸ *Ibid.*, p. 30.

¹²⁹ *Ibid.*, p. 21.

¹³⁰ Art. R.4127-20, al. 1er du C. santé publ.

¹³¹ GICQUEL (J.-P.), et alii, Déontologie médicale sur le web – Le Livre Blanc du Conseil national de l'Ordre des médecins, op. cit., p. 21.

¹³² ANONYME, « Découvrez Vox-Avocats, le réseau social officiel de la profession pour les avocats », www.cnavocat.fr, mis en ligne le 4 novembre 2013, consulté le 28 décembre 2013,

partenaires privés, et certains réclament à leurs membres un comportement loyal¹³³. Or, le code de déontologie des médecins, et donc le Code de la santé publique, impose au pharmacien de « veiller à préserver la liberté de son jugement professionnel dans l'exercice de ses fonctions »¹³⁴ ; le pharmacien ne peut donc « aliéner son indépendance sous quelque forme que ce soit »¹³⁵. L'infirmier est également soumis à la même obligation¹³⁶. Il apparaît qu'un réseau social à destination des médecins et un autre à destination des infirmiers sont édités par la même société. Les personnes souhaitant s'inscrire à un réseau social devront veiller à la préservation de leur indépendance : la question du modèle économique régissant le réseau social considéré devra donc être au centre de toutes les attentions.

4. L'échange d'informations sur les réseaux sociaux

Les risques liés à l'utilisation de réseaux sociaux pour échanger des informations confidentielles avec un client ou un confrère sont réels. Certes, il est audacieux de parler de « sécurité » lors d'envois et de réception de messages électroniques au vu des récentes affaires d'interception de communications électroniques, mais l'échange d'informations confidentielles sur les réseaux sociaux est à proscrire. Le professionnel peut en effet engager sa responsabilité en cas d'absence de sécurisation des échanges : ainsi, « la sécurisation des échanges et des systèmes d'informations, fait partie de la responsabilité évidente de l'avocat »¹³⁷. Il est judicieux de rappeler que l'agenda de l'avocat¹³⁸, tout comme celui du médecin, est strictement confidentiel. Dès lors, ces professionnels devront également s'abstenir de communiquer des informations relatives à leur

disponible à l'adresse : <http://cnb.avocat.fr/Decouvrez-Vox-Avocats-le-reseau-social-officiel-de-la-profession-pour-les-avocats_a1792.html>.

¹³³ Art. 2, al. 2 des conditions générales d'utilisation de pharma-reseau.com.

¹³⁴ Art. R. 4235-3 al. 1^{er} du code de déontologie des pharmaciens et du C. santé publ.

¹³⁵ Ibid.

¹³⁶ Art. R. 4312-9 du C. santé publ.

¹³⁷ PRZYBYCINSKI (M.), « Avocats et réseaux sociaux : une relation à double tranchant », Lamy Droit et Patrimoine, décembre 2011, 209, p. 18.

¹³⁸ Article 2.2, al. 2, 4^o du RIN.

emploi du temps *via* les réseaux sociaux, par exemple l'horaire et le lieu d'un rendez-vous avec un client ou un patient.

Les membres d'ordres professionnels semblent respecter, de manière générale, les exigences relatives à la dignité, à la probité, et à la confraternité. Cependant, les réseaux sociaux, lorsqu'ils sont utilisés à titre professionnel, permettent de communiquer sur l'activité professionnelle, et de présenter ses compétences au public. Ainsi, la tentation de s'affranchir des règles relatives au secret professionnel et à la publicité est grande. Or, les règles qui y sont relatives s'appliquent également lors de l'utilisation des réseaux sociaux.

§2. La confrontation entre l'usage des réseaux sociaux et les règles déontologiques relatives au secret professionnel et à la publicité

Le secret professionnel est la clé de voûte des ordres professionnels (A). Les réseaux sociaux permettant une communication professionnelle, les règles relatives à la publicité et au démarchage devront être strictement respectées (B).

A. Le secret professionnel, clé de voûte des ordres professionnels

Le secret professionnel constitue la clé de voûte des ordres. En effet, la relation particulière existant entre le professionnel membre d'un ordre et son client ou son patient nécessite la mise en place d'un secret professionnel ne pouvant être que très rarement brisé et dans des conditions exceptionnelles. Le professionnel est alors le « confident nécessaire du client »¹³⁹. La violation du secret est sanctionnée pénalement¹⁴⁰, mais peut également faire l'objet de poursuites disciplinaires¹⁴¹. Les codes de déontologie et règlements intérieurs des ordres professionnels contiennent en effet des dispositions relatives au secret professionnel, comme le code de déontologie médicale¹⁴², le code de déontologie des pharmaciens¹⁴³, le Règlement Intérieur

¹³⁹ Art. 2.1, al. 1^{er} du RIN.

¹⁴⁰ Art. 226-13 du C. pén.

¹⁴¹ Cf. art. 1.4 du RIN.

¹⁴² Art. 4 du Code de déontologie médicale et art. R. 4127-4 du C. santé publ.

National de la profession d'avocat¹⁴⁴, le code des devoirs des architectes¹⁴⁵, le code de déontologie s'appliquant aux vétérinaires¹⁴⁶ et aux sages-femmes¹⁴⁷. Ces dispositions s'appliquent dans leur intégralité lors de l'utilisation de réseaux sociaux.

Sur le plan pratique, il devra par exemple s'abstenir de délivrer des informations permettant d'identifier ses clients (en prenant en compte les possibilités de recoupements d'informations) ou nuisant à sa profession (révélation de délibérations couvertes par le secret). De même, le professionnel devra s'abstenir de communiquer le contenu de ses dossiers sur les réseaux sociaux.

Certains réseaux sociaux professionnels tentent de s'adapter à ces règles. Leurs conditions générales d'utilisation contiennent des rappels aux règles fondamentales. Ainsi, Melting-Doc rappelle à plusieurs reprises que les dispositions relatives au secret professionnel s'appliquent sur le réseau. En s'inscrivant sur ce réseau social, les membres s'engagent à « respecter le code de déontologie médicale et le secret professionnel en particulier ne pas divulguer d'information pouvant permettre d'identifier des patients soit de façon directe ou indirecte, de quelque manière que ce soit, par exemple de publier des photographies médicales ou des examens médicaux non anonymes ». Les membres doivent ainsi respecter le secret professionnel « en toutes circonstances »¹⁴⁸. Le réseau social Hub-Avocat ne rappelle pas les dispositions déontologiques relatives au secret professionnel. En revanche, il convient de noter que le Règlement Intérieur National de la profession d'avocat dispose, en son article 2.1, que « le secret professionnel de l'avocat est d'ordre public. Il est général, absolu et illimité dans le temps ». De ce fait, aucune violation du secret professionnel ne peut être commise, et ce, « en toute matière ». Ces dispositions trouvent donc à s'appliquer lors de l'utilisation de réseaux sociaux. Le réseau TalentPharmacie conseille à ses membres de ne pas publier des informations si ceux-ci souhaitent « préserver la

¹⁴³ Art. R. 4235-5 du Code de déontologie des pharmaciens et du C. santé publ.

¹⁴⁴ Art. 2 du RIN et art. 66-5 de la loi du 31 décembre 1972.

¹⁴⁵ Art. 14 du Code des devoirs des architectes.

¹⁴⁶ Art. R. 242-33 du décret N°2003-967 du 9 octobre 2003.

¹⁴⁷ Art. R. 4127-303 du Code de déontologie des sages-femmes et du C. santé pub.

¹⁴⁸ Art. 2, al. 2, 2° des conditions générales d'utilisation du réseau social Melting-Doc.

confidentialité d'une idée ou d'une information [...] »¹⁴⁹.

Les réseaux professionnels ouverts à tous les publics ne semblent pas se référer directement aux obligations déontologiques. En revanche, leurs conditions générales d'utilisation mentionnent des obligations qui se rapprochent du secret professionnel. Ainsi, l'article 10.2 – d interdit aux membres de « télécharger, publier, envoyer par InMail, transmettre ou mettre autrement à disposition ou initier tout contenu qui : [...] comprend des informations que vous n'avez pas le droit de divulguer ou de rendre accessibles du fait de la loi ou d'un engagement contractuel ou fiduciaire [...] ». Le secret professionnel, protégé au-delà des règles déontologiques *via* la loi, rentre donc dans le champ d'application de cette disposition. La personne souhaitant s'inscrire à Viadeo s'engage notamment « à ne communiquer à APVO et aux autres Membres que les informations dont il considère que la diffusion ne peut en aucun cas être préjudiciable ni à lui-même, ni aux autres Membres, ni à APVO, ni aux tiers »¹⁵⁰. Le réseau social Facebook impose à ses membres de respecter les droits d'autrui. Ses conditions générales d'utilisation indiquent ainsi que « vous ne publierez pas de contenu et vous n'entreprendrez rien sur Facebook qui pourrait enfreindre les droits d'autrui ou autrement enfreindre la loi »¹⁵¹.

Aucune politique commune n'émerge. Il appartient donc au professionnel souhaitant s'inscrire à un réseau social de lire avec une attention particulière les conditions d'utilisation du réseau social considéré.

Il est judicieux de noter que la révélation d'informations couvertes par le secret professionnel grâce à l'utilisation d'un pseudonyme peut permettre le déclenchement d'une enquête judiciaire, la violation du secret professionnel étant sanctionnée par la loi. Malgré l'utilisation d'un pseudonyme, la prudence et la retenue sont exigées.

¹⁴⁹ Art. 2.10 des conditions d'utilisation de TalentPharmacie.

¹⁵⁰ Art. 2, al. 6, IX^o des conditions d'utilisation de Viadeo.

¹⁵¹ Art. 5, 1^o de la Déclaration des droits et responsabilité de Facebook.

B. Les réseaux sociaux, la publicité et le démarchage

Au-delà d'une simple diffusion d'informations personnelles ou professionnelles, les réseaux sociaux peuvent être utilisés pour développer sa clientèle. Or, les professions réglementées peuvent parfois estimer que la publicité va à l'encontre des exigences déontologiques. Certaines professions réglementées autorisent cependant leurs membres à avoir recours à la publicité. Par exemple, les publicités d'avocats étasuniens sont courantes : la Cour suprême a en effet estimé que « l'interdiction de la publicité était contraire au premier amendement de la Constitution, relatif à la liberté d'expression ».¹⁵² Les avocats français peuvent recourir à la publicité depuis peu. Ainsi, « la publicité est permise à l'avocat si elle procure une information au public et si sa mise en œuvre respecte les principes essentiels de la profession »¹⁵³. L'avocat pourra par exemple utiliser les réseaux sociaux pour exposer ses compétences. Dans tous les cas, il devra respecter les règles déontologiques, et donc, par exemple, s'abstenir d'employer des termes laudatifs ou de réaliser une publicité comparative ; il sera tenu de respecter les termes du serment ainsi que les « principes d'honneur, de loyauté, de désintéressement, de confraternité, de délicatesse, de modération et de courtoisie »¹⁵⁴. La notion de désintéressement devra être au centre de son attention. Si l'avocat participe à un réseau social, il sera tenu de respecter les dispositions relatives à la publicité présentes dans le Règlement Intérieur National¹⁵⁵. Par exemple, il ne pourra pas proposer, *via* son profil, aucun « encart ou bannière publicitaire, autres que ceux de la profession, pour quelque produit que ce soit »¹⁵⁶. De même, l'avocat doit déclarer au Conseil de l'Ordre « tout lien hypertexte qu'il envisagerait de créer »¹⁵⁷. Cette disposition, selon certains auteurs, semble inapplicable pour les réseaux sociaux¹⁵⁸, le principe d'un réseau social pouvant être de partager et de rediffuser des

¹⁵² MARTIN (R.), CARON (J.-C.), DIEMUNSCH (M.), *Déontologie de l'avocat, op. cit.*, p. 265.

¹⁵³ Art. 10.1, al. 2 du RIN.

¹⁵⁴ Art. 1.3 al. 3 du RIN.

¹⁵⁵ Art. 10.6, al. 8 du RIN.

¹⁵⁶ Art. 10.6, al. 5 du RIN

¹⁵⁷ Art. 10.6, al. 7 du RIN.

liens hypertextes renvoyant par exemple à des articles de presse.

En revanche, d'autres professions réglementées interdisent à leurs membres d'avoir recours à la publicité. Par exemple, « toute publicité à caractère personnel est interdite au notaire »¹⁵⁹. De même, les médecins ne peuvent avoir recours à la publicité. L'article 19 du Code de déontologie médicale¹⁶⁰ interdit « tous procédés directs ou indirects de publicité et notamment tout aménagement ou signalisation donnant aux locaux une apparence commerciale », la médecine ne devant « pas être pratiquée comme un commerce ». Les médecins ne pourront développer leur clientèle en utilisant des moyens publicitaires sur les réseaux sociaux.

Les pharmaciens ont la possibilité de recourir à des moyens publicitaires. Le Code de déontologie des pharmaciens contient ainsi plusieurs articles relatifs à la publicité (art. R.4235-57 à R. 4235-60 du Code de la santé publique), et concernent notamment les publicités pouvant être placées dans les vitrines des officines. La problématique liée au recours de la publicité sur les réseaux sociaux n'est pas explicitement abordée. En revanche, deux autres articles du code de déontologie des pharmaciens, et donc du Code de la santé publique, peuvent s'appliquer à cette problématique. En effet, il est reconnu aux clients des officines un libre choix auquel le pharmacien ne peut s'opposer ; celui-ci doit en outre « s'abstenir de tout acte de concurrence déloyale »¹⁶¹. Les pharmaciens ne pourront donc pas avoir recours à la publicité comparative en dénigrant leurs confrères sur les réseaux sociaux. Un tel comportement serait irrémédiablement sanctionné. De surcroît, les pharmaciens ne peuvent « solliciter la clientèle par des procédés et moyens contraires à la dignité de la profession »¹⁶². De plus, la publicité est soumise aux grands principes dominant la profession, puisque celle-ci doit présenter des caractères de véracité, de loyauté, mais doit

¹⁵⁸ LE QUELLENEC (E.), « Utilisation des réseaux sociaux par les avocats, quelles règles applicables ? », *Comm. com. électr.*, *op. cit.*, p. 13.

¹⁵⁹ Art. 4.4 du Règlement national/Règlement inter-cours des notaires.

¹⁶⁰ Art. R.4127-19 du C. santé publ.

¹⁶¹ Art. R. 4235-21 du code de déontologie des pharmaciens et du C. santé publ.

¹⁶² Art. R. 4235-22 du code de déontologie des pharmaciens et du C. santé publ.

également être formulée « avec tact et mesure »¹⁶³. Ainsi, un pharmacien pourrait-il introduire une publicité sur Facebook afin de vanter les prix bas et la compétence de son personnel sur Facebook, Twitter ou tout autre réseau social ? Les produits dont la vente est réservée aux pharmaciens peuvent faire l'objet de publicité, à condition d'être conforme à la réglementation¹⁶⁴. La vente de produits dont la vente n'est pas réservée aux pharmaciens est également autorisée, mais est strictement encadrée : elle doit ainsi se « présenter sur un support compatible avec la dignité de la profession »¹⁶⁵. Les réseaux sociaux constituent-ils, pour ce type de produit, un support compatible avec la dignité de la profession ? De nombreuses pharmacies disposent de pages Facebook. D'autres pharmacies présentent des produits cosmétiques ou proposent aux internautes un calendrier de l'Avent. En revanche, aucune publicité en faveur de produits dont la vente est réservée aux pharmaciens, tels que les médicaments, n'a pu être trouvée.

D'autres professions réglementées médicales font preuve d'une certaine méfiance à l'égard de la publicité. Par exemple, le Code de la santé publique instaure une incompatibilité entre la publicité et l'exercice de la profession d'infirmier¹⁶⁶. Un infirmier ayant recours à la publicité sur les réseaux sociaux pourrait être sanctionné par son ordre. L'article R. 4312-37 du Code de la santé publique dispose notamment que « la profession d'infirmier ou d'infirmière ne doit pas être pratiquée comme un commerce ». Le Conseil national de l'Ordre des sages-femmes a émis plusieurs recommandations relatives aux sites internet gérés par des sages-femmes¹⁶⁷. Dans ces recommandations, le Conseil rappelle que la profession ne doit pas être pratiquée comme un

¹⁶³ Art. R. 4235-30 du code de déontologie des pharmaciens et du C. santé publ.

¹⁶⁴ Art. R. 4235-57 du code de déontologie des pharmaciens et du C. santé publ.

¹⁶⁵ Art. R. 4235-58 du code de déontologie des pharmaciens et du C. santé publ.

¹⁶⁶ Art. R. 4312-37 du C. santé publ.

¹⁶⁷ ANONYME, « Recommandations du Conseil national de l'Ordre relatives aux sites internet des sages-femmes », www.ordre-sages-femmes.fr, date de mise en ligne inconnue, consulté le 30 décembre 2013, disponible à l'adresse http://www.ordre-sages-femmes.fr/NET/fr/document//2/menu/communiqués_de_presse/les_recommandations_du_conseil_national_de_lordre_sur_les_sites_internet_des_sagesfemmes/gpactcomm20100212_recommandations_internet/index.htm.

commerce : la publicité directe ou indirecte n'est donc pas admise¹⁶⁸. Le Conseil en déduit que le site internet peut être à finalité informative, « mais que celui-ci ne doit en aucune façon être utilisé comme un outil lui permettant de faire la publicité de sa pratique professionnelle »¹⁶⁹. La même solution est *a fortiori* applicable aux réseaux sociaux. En effet, le Conseil national précise que si une sage-femme peut être consultante sur un forum, et ainsi délivrer des conseils ou des recommandations à des femmes, celle-ci ne doit en aucun cas communiquer ses coordonnées¹⁷⁰. Le principe avancé est le principe de liberté de choix du praticien.

Longtemps prohibé pour les professions organisées en ordre professionnel car contraire aux règles déontologiques, le démarchage qui « implique [...] une démarche directe, d'homme à homme »¹⁷¹, est dorénavant au cœur des préoccupations des professions réglementées. En effet, dans un arrêt en date du 5 avril 2011 (arrêt C-119/09, Société fiduciaire nationale d'expertise-comptable / Ministre du budget, des Comptes et de la Fonction publique), la Cour de justice de l'Union européenne a affirmé que « l'article 24, paragraphe 1, de la directive 2006/123/CE du Parlement européen et du Conseil, du 12 décembre 2006, relative aux services dans le marché intérieur, doit être interprété en ce sens qu'il s'oppose à une réglementation nationale qui interdit totalement aux membres d'une profession réglementée, telle que la profession d'expert-comptable, d'effectuer des actes de démarchage ». Ainsi, une réglementation nationale ne peut interdire le démarchage aux membres d'une profession réglementée. Cette solution a pu être étendue aux avocats par un arrêt du Conseil d'État en date du 13 décembre 2013 (6^{ème} et 1^{ère} sous-sections réunies, n°361593). Or, de nombreuses dispositions interdisent aujourd'hui aux membres d'un ordre professionnel de recourir au démarchage : par exemple, l'article 66-4 de la loi n°71-1130 du 31 décembre 1971 portant réforme de certaines professions judiciaires et juridiques dispose que « sera puni des peines prévues à l'article 72 quiconque se sera livré au démarchage en vue de donner des consultations ou de rédiger des actes en matière juridique ». De même, l'article 15 du décret

¹⁶⁸ Art. R. 4127-310, al. 2 du C. santé publ.

¹⁶⁹ Recommandations du Conseil national de l'Ordre relatives aux sites internet des sages-femmes.

¹⁷⁰ ANONYME, « Une sage-femme peut-elle être consultante sur des forums internet ? », *op. cit.*

¹⁷¹ MARTIN (R.), CARON (J.-C.), DIEMUNSCH (M.), *Déontologie de l'avocat, op. cit.*, p. 271.

n°2005-790 du 12 juillet 2005 relatif aux règles de déontologie de la profession d'avocat dispose que « toute offre de service personnalisée adressée à un client potentiel est interdite à l'avocat ». Cependant, l'article 5 *quinquies* du projet de loi Hamon prévoit la possibilité pour les avocats de recourir à la « sollicitation personnalisée » : le démarchage agressif serait donc toujours prohibé. Cette sollicitation, qui serait notamment encadrée par un décret en Conseil d'État serait également soumise aux principes essentiels de la profession.

Les réseaux sociaux constituent des outils de communication extrêmement polyvalents. Ces outils doivent cependant être parfaitement maîtrisés afin, d'une part, de soutenir efficacement l'activité professionnelle du membre d'un ordre professionnel, et, d'autre part, de respecter les règles déontologiques. Les ordres professionnels s'organisent afin d'intégrer efficacement ces réseaux sociaux à la pratique de la profession.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages généraux et spécialisés

- GICQUEL (J.-P.), et alii, *Déontologie médicale sur le web – Le Livre Blanc du Conseil national de l'Ordre des médecins*, décembre 2011, 48 p.
- MARTIN (R.), CARON (J.-C.), DIEMUNSCH (M.), *Déontologie de l'avocat*, LexisNexis, coll. Droit et professionnels, 11^e éd., Paris, 2013, 308 p.
- Kirkpatrick (D.), *La révolution Facebook*, JC Lattès, 2011, 477 p.

Codes et lois

- Code Civil
- Code Electoral
- Code du Travail
- Code Pénal
- Loi du 29 juillet 1981 portant sur la liberté de la presse
- Loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés
- Loi du 13 juillet 1983 n°83-634 portant sur les droits et obligations des fonctionnaires
- Loi n°2004-575 du 21 juin 2004 pour la Confiance dans l'Economie Numérique.

Articles, contributions, interventions

Articles

- ANONYME, « La démographie et Facebook au concours de déontologie », *La Lettre – Ordre national des chirurgiens-dentistes*, novembre 2010, n°92, p. 19.
- FORNER-ORDIONI (E.), « Génération Twitter », *JCP G*, 26 décembre 2011, n°52, 1472, pp. 2598-2599.
- LE QUELLENEC (E.), « Utilisation des réseaux sociaux par les avocats, quelles règles applicables ? », *Comm. com. électr.*, novembre 2013, n°11, étude 19, pp. 11-14.
- MARINO (L.), « #Avocats : à la conquête des réseaux sociaux », *JCP G*, 21 octobre 2013, n°43, 1120, p. 1979.
- MOLURI (F.), « Les réseaux sociaux : mines d'informations virtuellement... "antipersonnel" », *Grand Lille Avocats*, juin 2010, n°3, p. 15.
- NETTER (E.), entretien, « La responsabilité juridique de l'utilisateur de Twitter », *JCP G*, 14 janvier 2013, n°3, 65, pp. 102-103.
- PRZYBYCINSKI (M.), « Réseaux sociaux : Les cabinets d'avocats se mettent aux

réseaux sociaux », *Lamy Droit et Patrimoine*, mai 2013, 225, p. 17.

- PRZYBYCINSKI (M.), « Avocats et réseaux sociaux : une relation à double tranchant », *Lamy Droit et Patrimoine*, décembre 2011, 209, p. 18.

Etudes

- Enquête RegionsJob 2012, « Emplois & Réseaux sociaux », 3^e édition.
- Etude IDC pour Bouygues Télécom Entreprise – Livre Blanc 2^{ème} édition de l’Observatoire de l’Informatique et des Télécoms au service des nouvelles organisations (2012).
- Etude NOVAMETRIE 2012 – Baromètre des stratégies RH et des Réseaux Sociaux – Livre Blanc 2^{ème} édition.
- Etude OLFE0 2013 « La réalité de l’Internet au Bureau ».
- Etude PROSKAUER (cabinet d’avocats) internationale comparée et menée auprès de 120 entreprises au profil international, portant sur l’utilisation des réseaux sociaux sur son lieu de travail (2012).
- Rapport public du Conseil d’Etat sur les perspectives de la fonction publique (2003)
- Livre blanc sur l’avenir de la fonction publique (2008).

Documents électroniques

- ANONYME, « Une sage-femme peut-elle être consultante sur des forums internet ? », www.ordre-sages-femmes.fr, date de mise en ligne inconnue, consulté le 30 décembre 2013, disponible sur http://www.ordre-sages-femmes.fr/NET/fr/document//2/partie_extranet/exercice_liberal/procedes_dinformati on_des_patientes/une_sagefemme_peutelle_etre_consultante_sur_des_forums_internet_/index.htm
- ANONYME, « Télé conseil personnalisé », www.conseil-national.medecin.fr, mis en ligne le 29 janvier 2012, consulté le 27 décembre 2013, disponible sur <http://www.conseil-national.medecin.fr/article/teleconseil-personnalise-1155>
- ANONYME, « Découvrez Vox-Avocats, le réseau social officiel de la profession pour les avocats », www.cnbavocat.fr, mis en ligne le 4 novembre 2013, consulté le 28 décembre 2013, disponible sur : http://cnb.avocat.fr/Decouvrez-Vox-Avocats-le-reseau-social-officiel-de-la-profession-pour-les-avocats_a1792.html
- ANONYME, « Recommandations du Conseil national de l’Ordre relatives aux sites internet des sages-femmes », www.ordre-sages-femmes.fr, date de mise en ligne inconnue, consulté le 30 décembre 2013, disponible sur http://www.ordre-sages-femmes.fr/NET/fr/document//2/menu/communiques_de_presse/les_recommandation s_du_conseil_national_de_lordre_sur_les_sites_internet_des_sagesfemmes/gpactco mm20100212_recommandations_internet/index.htm
- ANONYME, « Usage limité des réseaux sociaux par les cabinets d’avocats, une étude LexisNexis », www.martindale-hubbell.co.uk, date de mise en ligne inconnue, consulté le 10 décembre 2013, disponible sur <http://www.martindale-hubbell.co.uk/socialmedia>.
- ANONYME, « Découvrez Vox-Avocats, le réseau social officiel de la profession pour les avocats », www.cnbavocat.fr, mis en ligne le 4 novembre 2013, consulté le

- 26 décembre 2013, disponible sur <http://cnb.avocat.fr/Decouvrez-Vox-Avocats-le-reseau-social-officiel-de-la-profession-pour-les-avocats_a1792.html>.
- ANONYME, « 72% des salariés équipés de Smartphones travaillent sur leur temps personnel », *www.bouyguetelecom-entreprise.fr* ; date de mise en ligne 15 mai 2012 ; consulté le 21 janvier 2014 ; disponible sur <<http://www.bouyguetelecom-entreprises.fr/a-propos-de/espace-presse/72-salaries-equipes-smartphone-travaillent-sur-leur-temps-personnel>>
 - ANONYME, « L'utilisation des réseaux sociaux sur le lieu de travail » ; *www.finyear.com* ; date de mise en ligne 3 mai 2012 ; consulté le 29 novembre 2013 ; disponible sur <http://www.finyear.com/L-utilisation-des-reseaux-sociaux-sur-le-lieu-de-travail_a22697.html>
 - CAILLAT (S.), « Sur Twitter, la fronde de médecins contre les déserts médicaux », *www.rue89.fr*, mis en ligne le 6 septembre 2012, consulté le 30 décembre 2013, disponible sur <<http://www.rue89.com/2012/09/06/sur-twitter-la-fronde-de-medecins-20-contre-les-deserts-medicaux-235107>>
 - DEGROOTE (F.), « L'avocat, le secret et les réseaux sociaux », *www.neolex.fr*, mis en ligne le 10 octobre 2011, consulté le 26 décembre 2013, disponible sur : <<http://www.neolex.fr/2011/10/10/lavocat-le-secret-et-les-reseaux-sociaux/>>
 - GROS (L.), « Relooking pour Vox-Avocats », *www.droit-ntic.fr*, mis en ligne le 4 novembre 2013, consulté le 26 décembre 2013, disponible sur : <<http://www.droit-inc.fr/article10982-Relooking-pour-Vox-avocats>>.
 - FRANCOIS (A.), « Utilisation des réseaux sociaux salariés », *www.village-justive.com*, date de mise en ligne 10 mars 2014 ; consulté le 10 mars 2014 ; disponible sur <<http://www.village-justice.com/articles/utilisation-reseaux-sociaux-salaries,16380.html>>
 - HO (C.), « Law firms get into the social media game », *www.thewashingtonpost.com*, mis en ligne le 11 mars 2012, consulté le 2 décembre 2013, disponible sur <http://www.washingtonpost.com/business/capitalbusiness/law-firms-get-into-the-social-media-game/2012/02/29/gIQArYtL5R_story.html>.
 - IFRAH (L.), « L'incontrôlable web 2.0 », *www.pro.01net.com* ; date de mise en ligne 23 janvier 2009 ; consulté le 3 janvier 2014 ; disponible sur <<http://pro.01net.com/editorial/401781/lincontrolable-web-2-0/>>.
 - LE DU (D.), « Irak : un soldat américain arrêté pour diffusion de documents secrets » ; *www.rfi.fr* ; date de mise en ligne 8 juin 2010 ; consulté le 21 janvier 2014 ; disponible sur <<http://www.rfi.fr/ameriques/20100608-irak-soldat-americain-arrete-diffusion-documents-secrets>>.
 - RENOUL (B.), « Christophe Lamarre, ce médecin qui raconte la pauvreté roubaisienne sur Twitter », *www.lavoixdunord.fr*, mis en ligne le 14 octobre 2013, consulté le 30 décembre 2013, disponible sur <<http://www.lavoixdunord.fr/region/roubaix-christophe-lamarre-ce-medecin-qui-raconte-la-ia24b58797n1615054>>
 - RICHARD (R.), « Devoir de réserve et Internet », *www.lagazettedescommunes.com* ; date de mise en ligne 22 mai 2013 ; consulté le 20 décembre 2013 ; disponible sur <<http://www.lagazettedescommunes.com/93795/devoir-de-reserve-et-internet-et-du-cote-des-entreprises-du-secteur-prive/>>.

Jurisprudences

- Cour d'Appel de Besançon du 15 novembre 2014 n°10-02642
- Cour d'Appel de Pau du 13 juin 2013
- Cour d'Appel de Reims du 9 juin 2010 n° 09-03205
- Cour d'Appel de Rouen du 15 novembre 2011 n°11-01380
- Cour d'Appel de Versailles, 5^{ème} chambre, du 31 mai 2011
- Cour de Cassation, Chambre Sociale du 22 juin 2004 n°42-446
- Cour de Cassation, Chambre Sociale du 2 octobre 2011 n° 99-4292
- Cour de Cassation, Chambre Sociale du 17 avril 1999 n°90-42636
- Cour de Cassation, Chambre Sociale du 2 mai 2001 n°98-445
- Cour de Cassation, Chambre Sociale du 26 février 2013 n°11-27372
- Cour de Cassation, Chambre Sociale du 18 mars 2009 n°07-44247
- Cour de Cassation, Chambre Sociale du 9 juillet 2008 n°06-45800
- Cour de Cassation, Chambre Sociale du 5 juillet 2011 n°10-14685
- Cour de Cassation, Première Chambre Civile du 10 avril 2013 n°11-19530
- Conseil d'Etat du 7 février 1936 n°43321
- Conseil d'Etat du 10 janvier 1902 n°94624
- Conseil d'Etat du 23 avril 2009 n°316862
- Conseil des Prudhommes de Boulogne-Billancourt du 19 octobre 2010
- Tribunal Administratif de Dijon 17 novembre 2003 n°031941
- Tribunal Administratif de Grenoble du 18 novembre 2011 n°1004935
- Tribunal Administratif de Toulon du 4 février 2011 n° 1001283

Sites Internet

www.architectes.org/accueils/cnoa

www.5dca.org/

www.barreaudenamur.be

www.batiactu.com/

cnb.avocat.fr/

www.conseil-national.medecin.fr/

curia.europa.eu/

www.dalloz.fr

www.droit-ntic.fr

www.experts-comptables.fr/
www.facebook.com
www.hub-avocat.fr/
www.jud6.org
www.lamyline.fr
www.lavoixdunord.fr
www.legifrance.com
www.linkedin.com
www.maitre-eolas.fr
www.martindale-hubbell.co.uk
www.neolex.fr
www.ordre-infirmiers.fr
www.ordre.pharmacien.fr
www.ordre-sages-femmes.fr
www.pharma-reseau.fr
www.pharmext.com
www.pole-emploi.fr
www.regionsjob.com
www.rue89.fr
www.talentpharmacie.fr
www.thewashingtonpost.com
www.veterinaire.fr/
www.village-justice.fr
www.viadeo.fr
www.vox-avocats.com

TABLE DES MATIERES

TABLE DES ABREVIATIONS.....	2
SOMMAIRE	3
INTRODUCTION	4
PARTIE I	6
RÉSEAUX SOCIAUX & ACTIVITÉ SALARIALE	6
Section I : Les réseaux sociaux, un outil de recrutement en pleine expansion	7
§1. Les réseaux sociaux, un moyen de vérification de l'aptitude du salarié	7
A. Une phase de recrutement encadrée	7
B. Les réseaux sociaux, une source primaire d'informations	9
1. Un outil de sourcing	9
2. Vers un outil de recrutement indépendant	13
§2. Les réseaux sociaux professionnels, nouvelles interfaces du marché du travail	15
A. Présentation générale des réseaux sociaux professionnels	15
B. Les leaders des réseaux sociaux professionnels	18
1. LinkedIn	18
2. Viadeo	18
Section II : Les réseaux sociaux, un moyen d'expression conditionné par la relation salariale	19
§1. La liberté d'expression du salarié limitée par le lien de subordination	20
A. Le conflit entre la liberté d'expression et les obligations issues du contrat de travail	21
1. Le droit au respect de la vie privée du salarié	21
2. E-déontologie des fonctionnaires et réseaux sociaux	22
B. Le paramétrage des publications : une nouvelle cause de licenciement	24
§2. L'encadrement de l'utilisation des réseaux sociaux durant le temps de travail	28
A. L'impact de l'utilisation personnelle des réseaux sociaux sur l'entreprise	28
1. La chute de la productivité de l'entreprise	28
2. L'utilisation excessive de la bande passante	29
3. Les risques concernant la responsabilité de l'employeur	30
4. Les risques en termes de sécurité informatique	30
B. L'utilisation abusive des réseaux sociaux : une nouvelle cause de licenciement pour faute grave	31
C. La preuve de l'abus par une cyber-surveillance légale	32
D. Le filtrage des sites par l'employeur : la solution alternative au licenciement	34
E. Le smartphone, l'arme de contournement du filtrage ?	36
PARTIE II	38
RÉSEAUX SOCIAUX & ACTIVITÉ LIBÉRALE	38
Section I : Les réseaux sociaux au service des ordres et de leurs membres	39
§1. L'utilisation à des fins personnelles et professionnelles des réseaux sociaux par les membres des ordres	39
A. L'utilisation à des fins personnelles par les membres des ordres	39
B. Les réseaux sociaux, une vitrine professionnelle	41
1. Une utilisation en plein développement	41
2. Une utilisation diversifiée	44
a. L'utilisation des réseaux sociaux avec son identité réelle	44
b. L'utilisation des réseaux sociaux sous couvert d'anonymat	45

§2. Les réseaux sociaux, des outils au service de la profession	46
A. Les réseaux sociaux et les organes représentatifs	46
B. La gestion de réseaux sociaux par les organes représentatifs de la profession	47
C. La formation des professions réglementées à l'usage des réseaux sociaux.....	47
D. Les réseaux sociaux et la défense des intérêts de la profession	48
Section II : L'encadrement strict de l'utilisation des réseaux sociaux par les ordres	50
§1. Les réseaux sociaux, sources de dangers pour les membres d'ordres professionnels	50
A. L'exigence d'un comportement conforme aux règles de l'ordre	51
1. L'exigence d'un comportement conforme aux règles de l'ordre lors de l'utilisation personnelle des réseaux sociaux	51
2. L'exigence d'un comportement conforme aux règles de l'ordre lors de l'utilisation professionnelle des réseaux sociaux	54
B. Une sécurité défailante	55
1. La problématique de l'usurpation numérique	55
2. Les consultations numériques.....	58
3. Les modèles économiques des réseaux sociaux	60
4. L'échange d'informations sur les réseaux sociaux	61
§2. La confrontation entre l'usage des réseaux sociaux et les règles déontologiques relatives au secret professionnel et à la publicité	62
A. Le secret professionnel, clé de voûte des ordres professionnels.....	62
B. Les réseaux sociaux, la publicité et le démarchage	65
BIBLIOGRAPHIE	70
Ouvrages généraux et spécialisés	70
Codes et lois	70
Articles, contributions, interventions	70
Articles	70
Etudes	71
Documents électroniques.....	71
Jurisprudences	73
Sites Internet.....	73
TABLE DES MATIERES	75