

Vie privée au travail année 2009

Responsabilité des employés sur internet

Dans le WEB 2.0 via les blogs, forums et
participation aux réseaux sociaux.

Mohammed ALAMI MEJJATI

09

Table des matières

I. Introduction

II. Articles de loi concernant les libertés

II.1 Vie privée et obligation de sécurité

II.1.a De la responsabilité des médias numériques

II.1.b De la vie privée sur Internet

II.2 Vie privée et travail

II.3 Liberté d'expression

III. Obligations de l'employé envers son employeur

III.1 Obligation de loyauté envers l'employeur

III.2 E-réputation et diffamation

III.3 Cas du blogueur

IV. Comment les réseaux sociaux peuvent nuire à l'entreprise

V. Une activité sociale réfléchie peut bénéficier à l'entreprise

VI. Exemples de cas réels (Québec, Canada, International)

VII. Conclusion

I. Introduction

Popularisées par des services comme Facebook, Twitter, LinkedIn, ... les plateformes de réseau social « Web 2.0 » frappent aux portes de l'entreprise. Mais les directeurs de systèmes informatiques (DSI) ont plutôt tendance à freiner leur entrée. *Forbes* publiait en Octobre 2009 que des sites comme Facebook et Twitter coûtaient à l'économie anglaise 2,3 milliards de dollar comme temps perdu selon une étude de TSN¹. Aux États-Unis, une étude de Robert Half Technology², cabinet de recrutement, révélait que 54% des entreprises des États-Unis disent interdire les travailleurs d'utiliser les sites de réseautage social comme Twitter, Facebook, LinkedIn et MySpace, sur le lieu de travail. Les réseaux sociaux créent une certaine dépendance et les employés peuvent y diffuser du contenu concernant leurs employeurs.

Ici au Canada, et selon une étude menée par Harris Interactive, pour le compte de CareerBuilder³, en juin 2009, il en ressort que ces sites pèsent de plus en plus dans la décision de recrutement. Ainsi, 26 % des employeurs canadiens utilisant les réseaux sociaux déclarent que l'information trouvée les a déjà dissuadés de recruter un candidat : photo inappropriée pour 55 % d'entre eux, partage d'informations confidentielles sur un précédent employeur (50 %), commentaire discriminatoire (38 %), évocation d'alcool ou de drogue (36 %), mensonge sur les qualifications (26 %),... Si l'employé est scruté avant son embauche à travers sa présence sociale sur le Web, il va donc continuer à être suivi dans ce qu'il partage sur les réseaux, blogs et forums par l'employeur ainsi averti. Cette notion de surveillance de l'employé sur le Net n'est pas nouvelle. Elle a fait déjà l'objet d'un travail du département management et technologie de l'UQAM en 2004: « La surveillance des employés branchés »⁴. Bien que cette étude porte plus sur l'aspect de perte de productivité de l'employé résultant de l'utilisation de la technologie internet, elle pose des questions qui restent d'actualité : quels sont les impacts sur la vie privée et l'éthique organisationnelle ? Que faire des données collectées et jusqu'où peut-on aller ? Le cas récent de N. Blanchard qui s'est vu suspendre les indemnités de congé maladie à cause de photos publiées sur Facebook et dénoncées par son employeur, a fait le tour du monde⁵. Ainsi la responsabilité de l'employé et le respect de sa loyauté envers son employeur sont sujets à divers débats d'actualité au même titre que la protection de la vie privée sur internet où la confidentialité peut être considérée comme utopie.

II. Articles de loi concernant les libertés

II.1 Vie privée et obligation de sécurité

II.1.a De la responsabilité des médias numériques

Bien que les réseaux sociaux et autres plateformes de partage du Web 2.0 soient considérés comme étant des hébergeurs, référenceurs et même éditeurs, cela n'engage aucunement leurs responsabilités quant au contenu qui est partagé sur leurs sites web. En effet la **LCCJTI**⁶ précise que le prestataire de services qui agit à titre d'intermédiaire pour offrir des services de conservation de documents technologiques sur un réseau de communication **n'est pas responsable** des activités accomplies par l'utilisateur du service au moyen des documents remisés par ce dernier ou à la demande de celui-ci. Il en est de même pour le référencement et la conservation de ces documents. Dans tous les cas, il y a la notion de caractère illicite pour que la responsabilité de ces plateformes soit engagée. Or, dans notre cas, il s'agit seulement de commentaires contestables ou de propos déplacés et donc la responsabilité des réseaux ne peut être invoquée. En tant qu'éditeurs, ils obéissent à la loi 1457 CCQ⁷, qui stipule que les médias en ligne, à l'image du corps de presse traditionnelle, sont responsables et répondent de tout ce qui est contenu dans leurs médias, encore faut-il prouver la faute, le dommage et lien de causalité.

En revanche, dans le cadre de la protection de vie privée, tous les supports médias offrant des services en ligne doivent respecter le CCQ et notamment les articles 25 et 10 qui stipulent qu'ils doivent prendre toutes les mesures nécessaires pour assurer la protection des renseignements personnels collectés, utilisés, communiqués, conservés ou détruits, Ainsi, tout profil configuré comme étant privé implique la responsabilité du réseau qui héberge ses données personnelles. Les médias sociaux et les groupes de partage comme les blogs et forums doivent prendre les mesures nécessaires afin que l'utilisateur qui agit sous couvert d'anonymat ne soit pas identifié par une tierce personne ou organisation.

Si le profil est accessible au public : les données alors disponibles sur le réseau peuvent être consultées par quiconque. Seule l'utilisation qui en est faite peut être discutée.

Les sites de réseautage offrent en général une gamme de paramètres de confidentialité. Mais, ces réseaux peuvent unilatéralement modifier les possibilités de paramétrage. De plus, une sécurité infaillible en termes de protection des données ne peut être garantie⁸. Donc, il y a de fortes chances pour que le contenu publié par l'employé soit rendu public.

II.1.b De la vie privée sur Internet

L'inscription sur les réseaux sociaux n'est pas sans conséquence légale. Faire défiler Les conditions d'utilisation de ceux-ci et les accepter peut signifier conclure un contrat (clickwrap agreement). Dans certains cas, le simple fait d'utiliser un site vaut acceptation des conditions d'utilisation liées à ce site (browserwrap agreement). Cliquer peut donc signifier s'engager, conclure un contrat. Donc, s'inscrire sur un réseau social, c'est se soumettre à des obligations.

Ainsi, par exemple dans le cas de Facebook, en s'inscrivant, on concède, selon les paramètres de confidentialité mis en place, une licence non-exclusive, transférable, sous-licenciable, sans redevance et mondiale, pour l'utilisation des contenus de propriété intellectuelle publiés sur Facebook. Cette licence de propriété intellectuelle se termine lorsque l'on supprime ses contenus de propriété intellectuelle ou son compte (en plus ce dernier point fait l'objet de litige soulevé par la commissaire à la protection de la vie privée du Canada⁹, et auquel Facebook a répondu favorablement).

Il apparaît clairement donc, que malgré les dispositions de protection de la vie privée sur les réseaux sociaux en particulier, et sur internet en général, celle-ci reste exposée.

Scott McNealy, président de Sun Microsystems avait déclaré déjà en 1999 que la notion de vie privée sur internet n'existe pas. Ces propos sont appuyés par les déclarations de *Larry Ellison*, PDG d'Oracle et ceux des avocats de *Google* dans l'affaire qui opposait Street view au couple Boring. (Cours de droit 6309A, vie privée par *Éloïse Gratton*).

La **LPRPDE** que ce soit au niveau du Québec ou au Canada serait inadaptée comme mentionné par Pierre Trudel et Vincent Gautrais, Si Trudel fait mention de paradigme catastrophiste en arguant qu'elle a été construite sur les frayeurs suscitées par les technologies de l'information, Mr Gautrais remet en question la notion de vie privée telle que héritée : « Et si le droit de la vie privée, ayant des fondements historiquement lointains, culturellement distincts, un cadre commercial autre, une structure communicationnelle en rupture avec ce qui préexistait, et si ce droit devait subir un niveau d'obsolescence tel qu'il serait nécessaire de le reconsidérer? De le réinventer? »¹⁰.

En Europe, la commission des libertés civiles du Parlement européen soulignait en Mars : « De plus, les entreprises proposent souvent des services plus intéressants en échange d'une moindre protection de la vie privée »¹¹. La vie privée sur internet est donc illusoire.

II.2 Vie privée et travail

Déjà en Juin 2002, **McCarthy Tétrault** publiait un article sur la surveillance des employés aux États-Unis (courrier électronique et utilisation d'Internet) : « ...Les trois quarts des entreprises américaines surveillaient les appels téléphoniques de leurs employés, e-mails, les activités internet et fichiers informatiques... » Et cela est justifié « ...ou que les employés pourraient faire des déclarations diffamatoires par e-mail ou l'Internet pour lequel les employeurs pourraient être tenus responsables. Enfin, certains employeurs craignent que les employés transmettent d'importants secrets commerciaux sur l'Internet, soit délibérément ou par inadvertance.¹²»

Le monitoring des employés au Québec ne peut être effectué de la sorte en raison du droit à la vie privée qui y est différent, mais les préoccupations des employeurs sont légitimes. En effet, l'employé dispose d'une batterie de lois en sa faveur : La charte canadienne des droits et libertés (art. 8 sur les fouilles), la charte québécoise (art. 5 « toute personne a droit à la protection de la vie privée ») et aussi 4 (dignité) 24 (fouilles) 46 (personne qui travaille a droit à des conditions justes et raisonnables...) et même dans le C.c.Q. 3 (général) 35 et suivants (vie privée) 2087 (dignité) 2858 (rejeter tout élément de preuve obtenu dans des conditions qui portent atteinte aux droits et libertés fondamentaux).

En France, les articles sont plus explicites et des lois existent pour protéger l'employé en code pénal 226-1 (écoutes téléphoniques), 226-15 (violation du secret des correspondances privées) et dans le code du travail 122-45 (idem) et 121-8 (aucune information concernant personnellement un salarié ou un candidat à l'embauche ne peut être collectée par un dispositif qui n'a pas été porté personnellement à la connaissance du salarié).

Aux États unis en revanche, le droit américain met des limites à la vie privée quant au lieu et au consentement implicite (Qui peut apparaître dans un contrat de travail).

Pour protéger les intérêts de l'entreprise, un suivi rigoureux du comportement de ses employés sur le net est admis, mais seulement pour éviter les dérives et faire des recommandations. Les renseignements collectés ne peuvent servir de bases légitimes pour une action punitive. Le communiqué de **Manuvie** dans l'affaire N. Blanchard va dans ce sens : « Manuvie n'a pas voulu commenter le dossier, mais a indiqué dans un communiqué qu'elle ne suspendrait pas les indemnités d'un client sur la seule foi de documents publiés sur des sites comme Facebook »¹³.

II.3 Liberté d'expression

La liberté d'expression est un droit universel depuis la déclaration des droits de l'homme. La Charte canadienne des droits et libertés garantit certaines libertés à tous les Canadiens. En vertu de l'article 2b : Chacun a les libertés fondamentales suivantes : liberté de pensée, de croyance, d'opinion et d'expression, y compris la liberté de la presse et des autres moyens de communication.

Au Québec, la *Charte des droits et libertés de la personne* a été adoptée par l'Assemblée nationale le 27 juin 1975. Il s'agit d'une loi dite « fondamentale », entre autres parce qu'aucune disposition d'une autre loi ne peut être contraire à plusieurs des droits qui y sont énoncés. Article 3 : toute personne est titulaire des libertés fondamentales telles la liberté de conscience, la liberté de religion, la liberté d'opinion, la liberté d'expression, la liberté de réunion pacifique et la liberté d'association.

Bien qu'à la différence de la liberté d'expression, le droit à la réputation ne reçoit pas, comme tel, une garantie constitutionnelle au Canada; dans l'arrêt *Hill c. Église de Scientologie*, le juge *Cory* de la Cour suprême du Canada écrit que : « Bien qu'elle ne soit pas expressément mentionnée dans la Charte, la bonne réputation de l'individu représente et reflète sa dignité inhérente, concept qui sous-tend tous les droits garantis par la Charte. La protection de la bonne réputation d'un individu est donc d'importance fondamentale dans notre société démocratique. »¹⁴. En revanche, dans la charte québécoise : «4. Toute personne a droit à la sauvegarde de sa dignité, de son honneur et de sa réputation.».

Cette notion de droit à la réputation vient ainsi limiter la première liberté d'expression.

En effet, la liberté d'expression s'arrête quand la liberté de jouir pour autrui de sa dignité et de sa réputation commence. Il en est de même pour un organisme ou une entreprise.

Par ailleurs, tous les salariés au service d'un employeur sont assujettis à une obligation de loyauté (dépendamment de la nature de l'entreprise et de ses activités ainsi que le poste occupé par le salarié¹⁵). Cette obligation est difficile à concilier avec l'exercice du droit fondamental à la liberté d'expression dans le cas où le salarié rédige des blogs sur Internet ou diffuse des renseignements sur le réseau qui sont accessibles au public.

Le droit à la liberté d'expression n'est pas absolu ni illimité. Il est limité par la loyauté du salarié qui ne doit pas diffuser des propos mensongers ou diffamatoires, remettre en cause l'autorité de l'employeur, ni porter atteinte à l'image et la bonne marche de l'entreprise¹⁶.

III. Obligations de l'employé envers son employeur

III.1 Obligation de loyauté envers l'employeur

Comme mentionnée plus haut, tous les salariés au service d'un employeur sont assujettis à une obligation de loyauté. Depuis l'entrée en vigueur du nouveau Code civil du Québec en 1994, le devoir de loyauté fait automatiquement partie de tout contrat de travail verbal ou écrit. Elle implique chez le salarié une obligation générale de placer les intérêts de son employeur au-dessus de ses propres intérêts, évitant par le fait même toute concurrence directe ou indirecte avec les activités de son employeur, toute divulgation d'information confidentielle et tout comportement pouvant causer un préjudice à son employeur.

Même si le Code civil prévoit la protection des informations à caractère confidentiel, il demeure préférable que les employeurs prévoient leurs propres clauses de protection. Le Code ne contient pas de définition de ce qui constitue des informations confidentielles. Ainsi, chaque contrat étant à considérer dans son contexte, le caractère confidentiel de l'information varie selon les circonstances. Il est donc recommandé pour l'employeur d'apporter les précisions nécessaires concernant l'information à protéger¹⁷. À défaut, l'employeur se retrouve avec peu de moyens et de recours s'il désire restreindre la nature ou l'étendue des activités d'un employé sur la toile via ses participations en ligne.

III.2 E-réputation et diffamation

Selon un site dédié à cette notion nouvelle, nous pouvons noter qu'elle se définit sous forme d'un nuage de tags, représentatif de ce qui se dit de l'entreprise sur Internet et le concept : « L'e-réputation est l'image que les internautes se font d'une marque ou d'une personne. Cette notoriété numérique façonne l'identité d'une marque, la différenciant de ses concurrentes »¹⁸. Un site est même dédié pour la mesure de celle-ci **howsociable.com**. Cette nouvelle notion est le résultat du succès des réseaux sociaux et l'importance de leur influence dans la réputation d'une marque ou entreprise. Une veille d'opinion/image spécifique est nécessaire pour suivre ce que disent les acteurs et y répondre si nécessaire. Cette surveillance est devenue tellement importante que des organismes en ont fait leur activité principale. Dans ce registre on retrouve la presse canadienne : « La Presse Canadienne offre maintenant une surveillance rapide, exacte et automatique de plus de 25 millions de blogues et de quelque 25 000 sites de nouvelles à travers le monde, incluant 1000 sources d'information en anglais et 200 en français. »¹⁹.

Les employés qui partagent leurs idées concernant leur entreprise menacent directement son e-réputation et peuvent se voir accusés de diffamation, ce qui est problématique.

En effet, faire appel à la justice pourrait amplifier l'information péjorative et conforterait les internautes dans l'image de l'entreprise qui tyrannise ceux en désaccord avec elle.

Même s'il y a victoire juridique, la réputation ne va pas devenir meilleure.

Dans un billet d'Eric Camel de Mars 2009 « Les salariés font l'e-réputation de leur entreprise »²⁰, il fait référence à une étude internationale de Weber Shandwick qui révèle l'inquiétude des entreprises pour la réputation que leur font leurs salariés sur Internet.

« Le plus surprenant est que cette réputation est souvent mise à mal en interne : 67 % des interrogés pensent que des actes malveillants sont intentionnellement entrepris par des salariés de l'entreprise. Des actes qui prennent, par exemple, la forme de commentaires sur des forums ou des sites de critiques tels que Jobvent.com aux États-Unis. ».

La surveillance de ces employés branchés est justifiée et leur responsabilité est engagée.

III.3 Cas du blogueur

Le blogueur obéit aux règles de la LCCJTI art. 22, qui sont discutées pour un meilleur contrôle du contenu et cerner les accointances de certains blogueurs avec les marques. Ainsi, l'on a pu noter que dans la blogosphère, il était de pratique courante que tel blogueur vante telle marque tandis qu'un autre va faire circuler une rumeur pour ternir l'image d'une autre. Tout cela peut être fait sous anonymat, sans endosser de responsabilités et recevoir des primes de la part des entreprises bénéficiaires ou du moins des certificats cadeaux et autres avantages. Le FTC a donc intervenu début Octobre pour obliger les blogueurs à déclarer les connexions qu'ils ont avec les firmes et marques sur lesquelles ils reportent²¹. Bien que cette mesure ait été rejetée par l'IAB qui l'a jugée anticonstitutionnelle²², elle montre à quel point les blogs ont un impact important sur les opinions des internautes. Ils façonnent le mode de pensée des abonnés et les influencent. Concernant les blogs en France, la loi informatique et libertés s'applique (plus restrictive) mais ils sont dispensés de déclaration à la CNIL. « Ainsi la diffusion sur un site web d'informations sur les personnes nécessite le consentement préalable de celles-ci. Les personnes peuvent, ultérieurement, s'opposer à tout moment à cette diffusion. »²³.

La responsabilité donc du propriétaire du blog est établie, de plus il a de fait connaissance des documents conservés qui servent à émettre ses opinions sur l'employeur.

IV. Comment les réseaux sociaux peuvent nuire à l'entreprise

En avril 2009, *Sitepronews* avait publié une newsletter ayant pour objet : « Comment les réseaux sociaux peuvent tuer votre entreprise ? »²⁴. Ils expliquent notamment comment la transparence est vue comme utopiste de la part de *Michel Fortin*, concepteur-rédacteur de '*réponse directe*' qui déclarait alors : « Dans un monde ouvert, Web 2.0 monde, la vie privée est plus cruciale que jamais. Pourquoi ? Parce transparente ou non, tout ce que vous dites en ligne est permanent, peut être trouvé, et peut facilement être mal interprété. Notamment lorsqu'il est pris hors contexte. »²⁵.

L'attaque des groupes de Facebook illustre parfaitement ce type de menace qui plane. Suite à cette attaque les pirates ont déclaré en novembre 2009 : « Nous n'avons rien piraté. Une fois que nous étions devenus administrateurs des groupes, on pouvait changer certains paramètres. Nous avons choisi de changer l'image, le nom et la description de chaque groupe. Notre intention était de restaurer ces groupes dans leur forme originale et de trouver un admin convenable parmi les membres... »²⁶. Ainsi les dégâts ont été limités. Les partages via les réseaux tels que Facebook ainsi potentiellement dommageables à la réputation d'une entreprise par ses employés restent une grande préoccupation. « Les professionnels devraient Laisser le bon sens prévaloir lors de l'utilisation de Facebook et des sites similaires, même en dehors des heures d'affaires »²⁷, a déclaré Willmer dg RHT.

V. Une activité sociale réfléchie peut bénéficier à l'entreprise

Pour l'entreprise, il y a un intérêt à utiliser positivement ces réseaux. Le volet dit "social" du Web 2.0 parvient à rendre le web participatif et à transformer ses utilisateurs en acteurs. Le web collaboratif n'est plus un épiphénomène, mais une tendance lourde. Par ailleurs, une compétence seule n'est rien, mais un ensemble collectif d'échanges autour d'une compétence, permet par exemple de pouvoir faciliter la transmission de savoir.

Les réseaux sociaux favorisent l'intelligence collective. *Stricto sensu*, l'intelligence collective est un concept régulateur qui peut être défini comme une intelligence variée, partout distribuée, sans cesse valorisée, coordonnée en temps réel, qui aboutit à une mobilisation effective des compétences. L'entreprise donc a intérêt à utiliser ses propres ressources humaines pour construire sa visibilité en ligne, avec une politique appropriée. *Mashable* spécialiste reconnu en marketing internet, publie les 10 commandements incontournables pour une politique d'usage des réseaux sociaux dans le cadre du travail²⁸.

VI. Exemples de cas réels (Québec, Canada, International)

En septembre 2007, Les salariés d'une compagnie de Winnipeg ont failli perdre leur emploi après avoir critiqué leur superviseur et leur entreprise dans le populaire site Internet Facebook. L'employeur, dont on ignore le nom, voulait initialement renvoyer plusieurs travailleurs, mais le syndicat s'y est opposé, selon Robert Ziegler, président de la section 832 des Travailleurs Unis de l'Alimentation et du Commerce²⁹.

Plus récemment, en Avril 2009, deux salariés d'un magasin Domino's Pizza en Caroline du Nord ont mis en ligne des vidéos sur Youtube où on les voyait sur leur lieu de travail, en train d'altérer la nourriture sur le point d'être livrée à leurs clients. Fiers de leur show, ils ont eu la bonne idée d'en faire profiter tout l'Internet. En l'espace de quelques heures, des lecteurs du site **Consumerist.com** ont réussi à déterminer dans quel restaurant avaient été filmées les images, et à en prévenir directement le gérant, qui a procédé à leur licenciement sur le champ³⁰. Mais l'histoire n'est pas finie pour autant pour la célèbre chaîne de pizzas puisque celle-ci continue à traiter les effets négatifs portés à son image. Aux États unis, il y a un vide juridique et malgré une plus grande intervention des pouvoirs publics depuis le 11 septembre 2001, de nombreux abus sont constatés.

Des salariés ont été licenciés pour avoir diffusé des informations sur leur entreprise :

- *Michael HANSCON*, ingénieur chez Microsoft, a été licencié car il avait publié des photos de la livraison de palettes d'ordinateurs de la marque Apple au siège de Microsoft avec pour commentaire « Même Microsoft veut des G5 ».
- La Compagnie aérienne *Delta Air Lines* a mis à pied une de ses hôtesse de l'air car elle avait diffusé une photo sur laquelle elle portait l'uniforme de la compagnie.
- D'autres mésaventures comme celles de Joyce Park et Heather Armstrong sont aussi rapportées sur le site de **Juriscom.com**³¹.

Pour résumer, aux États-Unis, l'individu ne dispose d'aucune protection concernant son comportement dans sa vie privée si celle-ci vient à compromettre les intérêts d'autrui.

Ainsi *Rosemary Port* avec son blog «Skanks in NYC» sous le pseudo *Anonymous*, accusée de diffamation envers la canadienne *Liskula Cohen*, et démasquée par Google qui a révélé l'adresse IP et l'adresse email de l'utilisateur de sa plateforme de blog, **Blogger**³², accuse Google pour avoir enfreint le premier amendement de la constitution américaine en ne garantissant pas son droit de libre expression sous couvert d'anonymat.

Au Canada, Nous connaissons actuellement l'affaire Nathalie Blanchard et sa photo sur Facebook. Et la presse qui relaie cette information craint d'y voir un cas de jurisprudence. En fait, ces craintes ont toujours existé dès qu'il s'agit d'une première. Ce fut le cas avec l'affaire de la ville de St-Adèle. Son maire M. Jean-Paul Cardinal et leur procureur, avaient sorti les gros canons d'une mise en demeure assortie de menaces de poursuite en dommage et intérêts envers deux bloggeurs accusés de proférer des propos diffamatoires et haineux à l'endroit du maire et des conseiller municipaux de la ville³³.

Et juillet 2009, Un tribunal a donné raison à la mairesse de *Rawdon* qui avait entamé des procédures contre un groupe de citoyens. Ces derniers tenaient un site Internet (fermé depuis février 2008) dans lequel ils tenaient des propos diffamatoires contre elle³⁴.

Il semble donc, qu'au Canada, et même au Québec qui dispose de lois dans son code civil ainsi que dans sa charte garantissant la liberté d'expression, les tribunaux balisent celle-ci en donnant raison aux victimes de diffamations.

En France également, il y a des dérapages comme l'affaire de «la petite anglaise» : « *Catherine Sanderson* vit à Paris et est employée comme secrétaire de direction dans un cabinet d'experts comptables franco-anglais, Dixon-Wilson. Elle se fait licencier et sa mise à pied à titre conservatoire est immédiate, à cause de son blog. Un journal sur internet qu'elle tient. Elle y parle de sa vie de jeune mère, sa fille de trois ans, ses relations, ses anecdotes, ses histoires d'amour, mais très peu de son travail»³⁵.

Il y a aussi l'affaire d'Adrien DAUMIER qui estime ne pas avoir bénéficié d'une prime de fin de stage seulement parce qu'il avait critiqué, dans son blog, l'intranet de l'entreprise qui l'employait³⁶.

Pourtant dans ce dernier article, l'avocate *Murielle Cahen* affirme : « En France, il n'est pas possible de licencier un employé parce qu'il formule des commentaires sur son travail. Il faut respecter la loi sur la presse qui s'applique au réseau Internet, ainsi que les règles du licenciement. Parler de son entreprise sur Internet ne constitue pas une faute susceptible de motiver un licenciement ou une sanction disciplinaire».

En Angleterre en Juin 2008, un ex-employé de *Hays specialist recruitment* a été poursuivi en justice pour avoir utilisé le réseau social LinkedIn pour détourner les clients de l'entreprise où il travaillait avant de la quitter. Cela a été prouvé en vérifiant dans ses emails après son départ. Pourtant Hays encourageait l'employé à utiliser ce réseau³⁷.

VII. Conclusion

En conclusion, les médias sociaux offrent tellement d'opportunités et de moyens de communiquer et partager même dans le cadre du travail qu'il est utile d'instaurer une politique d'utilisation de ces médias en entreprise.

Toutefois, des balises et une bonne définition du réseautage et du partage en ligne dans la nouvelle dimension web 2.0 s'imposent.

En effet, à mon sens, l'employé est responsable quand il entreprend des actions sur Internet. Cela peut aller de la simple information pour les concurrents qui font de la veille stratégique sur l'entreprise, à la mise en péril de l'image de la société sans que cela soit intentionnel. Le web 2.0 tel qu'il est pensé et imaginé, et en attendant sa mise aux normes du web sémantique, reste une caisse de raisonnement extraordinaire pour tous les propos dans les deux sens positif et négatif. Il devrait se comporter sur la toile de la même manière qu'il se comporte au travail dépendamment du poste qu'il occupe.

Il faut circonscrire les problèmes au mieux afin de tirer les bénéfices de cette nouvelle façon de communiquer, plus directe, transparente et tournée vers l'innovation ouverte avec les clients, partenaires et l'écosystème de l'entreprise en général.

On aura relevé trois handicaps majeurs pour isoler l'activité de l'employé de son travail :

1. La vie privée sur Internet est une illusion, de plus les différents médias ne sont pas capables de garantir la sécurité et l'intégrité du contenu hébergé sur leurs plateformes.
2. La liberté d'expression est limitée par le droit à la réputation de l'entreprise et la sauvegarde de son image de marque. L'e-réputation est un nouveau concept sensible.
3. Le réseautage social, s'il n'est pas contrôlé et managé par de véritables spécialistes peut conduire à des désastres comme dans le cas de l'affaire Domino's Pizza.

Dans l'idéal, les entreprises devraient incorporer dans leurs contrats de travail des clauses spéciales concernant le comportement en ligne des salariés. Cette politique de réseautage social peut ainsi définir les règles de monitoring, reporting et aussi le temps à consacrer pour cette activité. Cela dans le but de lever toute ambiguïté et définir les responsabilités. Pour finir, je mentionnerai un nouveau tournant dans l'industrie des moteurs de recherche tel que le produit Google Social Search³⁸ ou **Howsocial.com**, qui augurent d'une ère nouvelle où l'humain aura son mot à dire dans la pertinence des résultats fournis par les robots. Donc nous sommes amenés à nous montrer encore plus responsables sur le Net.

Bibliographie

Toutes les URLS étaient accessibles le 1^{er} Décembre 2009.

- 1 : <http://www.forbes.com/2009/10/26/twitter-facebook-costs-markets-faces-guidelines.html>
- 2 : <http://www.zdnet.fr/actualites/internet/0,39020774,39708929,00.htm>
- 3 : <http://www.humanresourcesjobs.ca/newsletter/employeurs-canadiens-utilisent-reseaux-sociaux-ligne-l-fr-i-805.html>
- 3 :
http://www.journaldunet.com/encyclopedie/definition/1053/41/21/social_networking.shtml
- 4 :
<http://www.fsa.ulaval.ca/personnel/vernag/EH/F/manif/lectures/surveillance%20des%20employ%C3%A9s.pdf>
- 5 : <http://www.cbc.ca/canada/montreal/story/2009/11/19/quebec-facebook-sick-leave-benefits.html>
- 6 : <http://www.canlii.org/fr/qc/legis/lois/lrq-c-c-1.1/derniere/lrq-c-c-1.1.html>
- 7 :
<http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/CCQ/CCQ.html>
- 8 : <http://www.marketing-internet-montreal.com/securite-informatique/transaction-electronique-securisee.PDF>
- 9 : http://www.priv.gc.ca/media/nr-c/2009/nr-c_090827_f.cfm
- 10 : http://www.europarl.europa.eu/news/public/story_page/039-50588-061-03-10-906-20090302STO50556-2009-02-03-2009/default_fr.htm
- 11 : http://www.lex-electronica.org/docs/articles_107.pdf
- 12 : http://www.mccarthy.ca/article_detail.aspx?id=1197
- 13 : <http://www.jminforme.ca/technologie/article/865789>
- 14 : <http://www.chairelrwilson.ca/cours/drt3805/diffamationdebatspublics.html>
- 15 : http://www.orhri.org/VigieRT/fiche_demo.aspx?p=286142
- 16 : <http://corinne.zambotto.free.fr/cours/ed/DROIT09.pdf>
- 17 : http://www.valotech.org/editable_wp/images/doc60_111.pdf
- 18 : <http://www.e-reputation.org/definition-e-reputation-105>

19 :

http://www.thecanadianpress.com/news_and_information.aspx?id=2328&LangType=1036

20 : http://leblogdesangiens.typepad.com/le_blog_des_angiens/2009/03/une-%C3%A9tude-internationale-de-weber-shandwick-r-%C3%A9v%C3%A8le-linqui%C3%A9tude-des-entreprises-pour-la-r%C3%A9putation-que-leur-fait-leurs-sa.html

21 : <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2009/10/05/AR2009100503620.html>

22 : <http://www.iab.net/iablog/2009/10/chairman-leibowitz-tear-down-t.html>

23 : <http://www.cnil.fr/la-cnil/actu-cnil/article/article//blogs-la-loi-informatique-et-libertes-sapplique-mais-ils-sont-dispenses-de-declaration-a-la-c/>

24 : <http://www.siteprnews.com/2009/11/12/how-you-use-social-media-can-kill-your-business/>

25 : <http://www.michelfortin.com/thoughts-transparency/>

26 : <http://www.thetechherald.com/article.php/200946/4766/FUD-Facebook-groups-were-not-hacked-and-no-one-is-at-risk>

27: <http://rht.mediaroom.com/index.php?s=131&item=790>

28: <http://mashable.com/2009/06/02/social-media-policy-musts/>

<http://www.radio-canada.ca/regions/manitoba/2007/09/10/003-employes-facebook-compagnie.shtml>

29 : <http://rht.mediaroom.com/index.php?s=131&item=790>

30 : <http://www.time.com/time/nation/article/0,8599,1892389,00.html?xid=rss-topstories>

31 : <http://www.juriscom.net/actu/visu.php?ID=592>

32 : <http://technaute.cyberpresse.ca/nouvelles/internet/200908/24/01-895390-une-blogueuse-accusee-de-diffamation-portera-plainte-contre-google.php>

33 : <http://www.michelleblanc.com/2006/11/26/ste-adele-se-fait-censeur/>

34 : <http://technaute.cyberpresse.ca/nouvelles/internet/200907/15/01-884218-traitee-de-bitch-la-mairesse-de-rawdon-fait-fermer-un-site-web.php>

35 : <http://www.liberation.fr/economie/010121742-licenciee-pour-blogage-illicite>

36 : http://www.murielle-cahen.com/publications/p_blog2.asp

37 : http://www.theregister.co.uk/2008/06/09/linkedin_hays_ions/

38 : <http://googleblog.blogspot.com/2009/10/introducing-google-social-search-i.html>