

# Quelques gardes-fous pour éviter de déraper sur un réseau social

L'avènement des plates-formes de réseautage, telles que Facebook, LinkedIn ou MySpace a totalement révolutionné la manière de communiquer sur Internet. Au départ un simple moyen d'expression personnelle, le blog a ainsi évolué de sa forme primitive de journal intime sur Internet pour devenir un véritable outil de communication collective.

Indubitablement, les sites de réseau social contribuent à rendre la communication entre pairs toujours plus aisée, mais ont aussi cet effet pernicieux qu'ils invitent un peu trop facilement à la confiance. En effet, les utilisateurs de ces plates-formes y divulguent souvent des informations très personnelles, et certains n'hésitent pas à s'en servir pour régler leurs comptes ou se donner en public.

Le problème, c'est que sur Internet, toute donnée mise en ligne est susceptible d'être consultée par un nombre illimité de personnes, leur donnant ainsi un impact considérable. Dans un contexte professionnel, cela peut devenir préoccupant pour l'employeur lorsque les données en question portent atteinte à sa crédibilité et font apparaître l'entreprise sous un mauvais jour. Un patron appréciera certainement moyennement d'être associé à un employé qui met régulièrement en ligne des images de ses frasques en boîte ou une collaboratrice qui prône le naturalisme, photos de vacances à l'appui.

## Ce que dit la loi sur le travail à propos des réseaux sociaux

A l'instar des blogs, la création et l'utilisation d'un profil sur un réseau social relève de la liberté d'expression, au sens de l'article 16 de la Constitution fédérale. Toutefois, dans le cadre du droit du travail, cette liberté est limitée par certaines obligations contractuelles de l'employé envers son employeur.

En premier lieu, le devoir de diligence, en vertu duquel l'employé est tenu d'exécuter sa prestation de travail avec soin et d'éviter tout ce qui pourrait porter préjudice aux intérêts de l'employeur, lesquels sont protégés par l'article 321a alinéa 1 du Code des obligations (ci-après CO). Au-delà de l'image de marque et de la réputation de l'entreprise, c'est l'honneur et la personnalité de l'employeur qu'on cher-

che à préserver. De même, le devoir de fidélité interdit à l'employé de critiquer ouvertement son employeur. Dès lors, pas question de publier des commentaires désobligeants sur son boss ou de mettre en ligne sur MySpace une chanson ridiculisant ses collègues de bureau. Enfin, divulguer sur son réseau la liste des

**«En fonction de la gravité du cas d'espèce, les indiscretions pourront même aller jusqu'à constituer un motif de licenciement.»**

Marianne Favre Moreillon

clients de l'entreprise ou des procédés de fabrication secrets constitue une violation du devoir de confidentialité (art. 321a al. 4 CO).

Au-delà des cas «classiques» de propos calomnieux, diffamants ou injurieux qui, eux, relèvent directement du Code pénal suisse (ci-après CP) sur l'atteinte à l'honneur (art. 173ss CP), même un commentaire de portée a priori minime peut avoir des conséquences juridiques importantes. Aller raconter sur son réseau que son employeur est «grave» semble de prime abord innocent, mais gare aux répercussions que de tels états d'âme peuvent avoir au niveau légal. Dans un tel cas, l'employeur peut exiger la suppression des informations le concernant. En fonction de la gravité du cas d'espèce, ces indiscretions pourront même aller jusqu'à constituer un motif de licenciement.

## La tendance actuelle chez les employeurs est de tout «googliser»

Afin de prévenir de tels abus et d'éviter de devoir faire recours à la voie juridique, l'employeur aura tout intérêt à préciser dans son règlement d'entreprise toutes les questions relatives à l'utilisation des sites de réseaux sociaux. S'il est légalement impossible de prohiber leur utilisation privée, des mesures telles que l'interdiction de mentionner le nom de son employeur dans son profil ou de s'exprimer publiquement sur

toutes les affaires concernant l'entreprise, ses représentants ou ses employés, sont en revanche envisageables.

La tendance actuelle chez les employeurs est de «googliser» les postulants avant d'ouvrir un dossier de candidature. Cette méthode peut s'avérer beaucoup plus révélatrice qu'un entretien d'embauche, dans la mesure où l'employeur est à même de percer à jour la vraie nature des candidats potentiels rien que par une simple consultation de leur profil sur Internet. Inutile de préciser quelle impression les photos d'une soirée arrosée et légendées de détails pimentés peuvent faire à un employeur potentiel, même des années après les faits. A noter qu'un tel procédé n'est pas illégal au regard de la Loi sur la protection des données (LPD) dans la mesure où toutes les informations personnelles mises en ligne tombent dans le domaine public. En acceptant de les mettre à disposition d'un nombre illimité de personnes, l'employé accepte de fait de renoncer à la protection des données.

Marianne Favre Moreillon

### A noter

Constitution fédérale, RS 101, art. 16  
Code des obligations, RS 220, art. 321a al. 1, 4  
Code pénal suisse, RS 311.0, art. 173ss  
Loi fédérale sur la protection des données, RS 235.1

Rectificatif

## L'obligation de confidentialité n'est pas limitée à trois ans

L'article paru dans la rubrique droit et travail de notre dernière édition comprenait plusieurs erreurs. Ce texte était d'abord mal titré. L'article traite avant tout de la prohibition de faire concurrence, et non de l'obligation de confidentialité. Deux sous-titres, intégrés sans l'aval de l'auteur, sont également faux. Pour le premier, l'obligation de confidentialité n'est pas limitée dans le temps. En effet, selon l'article 321a al. 4 du Code des obligations (CO), l'obligation de fidélité de l'employé, qui inclut l'obligation de garder le secret («confidentialité»), perdure au-delà de la fin des rapports de travail. En outre, et conformément à la jurisprudence du Tribunal fédéral, l'obligation de garder le secret subsiste indépendamment de l'existence d'une clause de prohibition de concurrence (ATF 64 II 162 consid. 8). Le deuxième sous-titre : «Mal rédigé, une clause de conséquence se révèle inutile» est également faux. Il s'agit plutôt d'«une clause de concurrence mal rédigée». Ces erreurs ont été intégrées par la rédaction de HR Today au moment de la mise en page. Elles ne sont donc pas le fait de l'auteur, Madame Olivia Guyot, à qui nous présentons toutes nos excuses.



### L'auteure

Marianne Favre Moreillon est la fondatrice et directrice du cabinet juridique DroitActif à Lausanne.