

# INTERNET, OUTIL DE DÉSINFORMATION ?



Un message a été diffusé *via* le Net de boîte aux lettres en boîte aux lettres. Son auteur, anonyme bien sûr, explique qu'utiliser un téléphone mobile dans une station-service entraîne des risques d'explosion liés à la conjonction des vapeurs d'essence et des ondes électromagnétiques. Le nom de la chaîne à laquelle appartient la station-service est bien sûr cité à plusieurs reprises et le message paraît crédible à un esprit non averti.

À la suite de licenciements massifs, une campagne de boycott est lancée contre Danone avec la création de sites Internet utilisant comme nom de domaine « *jeboycottedanone* ». Il n'est pas rare que des salariés licenciés créent un site Internet où ils n'hésitent pas à dénigrer leur employeur. Expression d'une douleur humaine ou volonté de nuire. Peu importe, un employeur se trouve sali. Le cours de Bourse de certaines actions a été modifié à la suite de rumeurs sur Internet.

Il est inutile de souligner une fois de plus l'importance, pour une société, de son image ou de ses marques, dont la valeur finit par dépasser souvent celle des actifs corporels. L'entreprise doit donc réagir contre les agressions informationnelles et elle ne peut laisser courir des rumeurs sur son compte-elle.

Mais de quels moyens dispose-t-elle ? →

**PRÉSENTÉ COMME UN NOUVEAU MÉDIA, INTERNET EST UNE SOURCE D'INFORMATION EXTRAORDINAIRE. MAIS CE TRUISME NE SÉDUIT GUÈRE LES JURISTES QUI LE CONSIDÈRENT COMME UNE SOURCE DE DÉSINFORMATION, COMME LE MONTRENT LES QUELQUES EXEMPLES SUIVANTS.**

Par THIBAULT du MANOIR de JUAYE, avocat à la Cour - [www.france-lex.com](http://www.france-lex.com)



## LE PRINCIPE DE L'INTERDICTION DU DÉNIGREMENT

→ Juridiquement, plusieurs fondements peuvent être invoqués pour contrer ces désinformations. Il n'est bien sûr pas possible de les explorer tous dans un court article. Il faut simplement s'attarder sur les principaux, en excluant cependant le droit boursier qui est très particulier et qui ne concerne que les grosses entreprises.

**Il existe tout d'abord** un principe, celui de l'interdiction du dénigrement. Ce fondamental repose sur un article du Code civil, l'article 1382, adopté au début du XIX<sup>e</sup> siècle, et qui stipule que « tout fait quelconque de l'homme, qui cause à autrui un dommage, oblige celui par la faute duquel il est arrivé, à le réparer ». Il faut donc montrer qu'il y a eu un préjudice, que ce préjudice a pour cause la publication sur le site.

En pratique, il faut qu'il y ait un message malveillant diffusé dans le public (par exemple, un commerçant ne peut donner des informations d'ordre privé, notamment sur sa religion ou sur celle de ses clients ; il ne peut non plus affirmer que les produits du concurrent sont obsolètes ou que ce dernier pratique des « marges bénéficiaires déraisonnables ») et que la victime soit désignée de manière directe ou indirecte.

La difficulté, que l'on retrouve d'ailleurs lorsque l'on invoque les autres fondements juridiques, est d'évaluer le préjudice. Combien demander en effet lorsque l'on est victime d'un dénigrement ? Il est donc difficile d'évaluer les critères d'octroi des dommages-intérêts par les juridictions.

En revanche, il est possible de demander une réparation « en nature » sous forme, par exemple, de publication sur le site Internet considéré du jugement de condamnation.

**Il existe dans un second temps** le droit des marques. C'est sur ce fondement que la société DANONE a obtenu gain de cause.

Le principe est simple : c'est au seul propriétaire de la marque d'autoriser son utilisation. Toutefois, il faut concilier ce principe avec le droit d'information. Il est donc toléré qu'un journal, qu'un site Internet évoque une marque, à condition que cela soit à but purement informatif et que le graphisme de la marque ne soit pas repris.

Pour se défendre, les contrevenants n'hésitent pas à invoquer un droit à la parodie et à l'humour, allant jusqu'à évoquer les jurisprudences sur *Les Guignols de l'info*. Mais la situation est autre. Le code de la propriété intellectuelle a prévu un droit à l'humour, même grinçant, pour tout ce qui concerne le droit d'auteur. En revanche, rien de tel n'est prévu pour le droit des marques et l'on ne peut déformer des logos et des marques.

Reste enfin l'arme absolue de la désinformation qui est régi par la loi de 1881 sur la liberté de la presse.

La diffamation est « l'allégation ou l'imputation d'un fait qui porte atteinte à l'honneur ou à la considération de la personne ». Elle répond à un message portant sur un fait précis qui atteint l'honneur ou la réputation d'une personne.

Trois difficultés se présentent sur Internet. Le responsable de la diffamation est, précise la loi de 1881 qui est applicable sur Internet, le directeur de la publication ou l'éditeur, à défaut l'auteur de la publication, puis l'imprimeur, le diffuseur (vendeur ou affiche, par exemple)... une responsabilité « en cascade ». Toute la question qui sera

tranchée est de savoir si le webmaster peut être assimilé au directeur de la publication. En matière de droit de la presse, les délits ne peuvent être poursuivis après expiration d'un délai déterminé qui varie en fonction de la nature de l'infraction. Pour la diffamation, le délai est de trois mois. Quelle que soit sa longueur, le point de départ est la date de la publication originale, une date qu'il est particulièrement difficile de définir. La Cour de cassation retient le premier jour de présence sur le site de l'information litigieuse, alors que le projet de loi longtemps en gestation considère que l'on peut agir en diffamation pendant toute la durée de présence de l'information sur le site, suivie d'une période de trois mois après le retrait de l'élément diffamatoire.

Enfin, dans un contexte international, dans quelles conditions appliquer la loi française ? La jurisprudence retient que des poursuites sont possibles si le site Internet a été regardé en France et si le pays étranger où est installé le site réprime la diffamation selon les mêmes critères ou des critères à tout le moins proches de ceux posés par la loi française.

Compte tenu de l'ampleur de la désinformation sur Internet, il appartient au législateur de rendre plus facile des poursuites. C'est ce qui était envisagé dans la loi sur la sécurité de l'information dont l'adoption n'est sans doute que remise. Une partie des dispositions de ce texte a été reprise dans le projet de loi sur l'économie numérique et sera reprise dans un projet de loi dont l'étude est prévue au premier semestre 2003. Il sera ainsi possible d'effectuer le droit de réponse de manière aisée, ou de connaître le véritable responsable d'une diffamation. En raisonnant dans un contexte franco-français, on peut espérer une moralisation des pratiques et donc une meilleure qualité de l'information. **T.-M. de J.**