

ce guide vous est offert
par AXA

petit guide de prévention / ***des risques liés à internet***



Faites preuve
de **Bon Sens Numérique**
sur les médias et les réseaux sociaux

d'Assurance / **nei erfannen**



Bon Sens Numérique

introduction	3
un monde virtuel avec des conséquences bien réelles	4
l'(les) identité(s) numérique(s), la réputation numérique et la marque personnelle	6
la délinquance numérique	9
adopter un comportement responsable vis-à-vis des autres (proches, autres internautes, collaborateurs, collègues, concurrents, employeurs, etc.)	10
conclusion	12



introduction

Les Luxembourgeois sont de grands utilisateurs d'internet. Plus de 95% des ménages ont un accès à internet et 81% d'entre eux utilisent internet au quotidien (e-mails, réseaux sociaux, achats en ligne...). **Et pourtant les risques virtuels sont bien réels!**

Le développement d'internet a favorisé l'émergence de nouveaux risques dans notre vie virtuelle qui démarre dès l'instant où nous sommes connectés à internet, devant notre écran d'ordinateur, sur notre smartphone ou notre tablette. Atteintes à l'e-réputation, usurpation d'identité, litiges avec des e-commerçants pour ne citer que les principaux.

Le risque d'atteinte à la réputation, la rumeur, ont toujours existé. Néanmoins, internet, de par l'instantanéité de l'information, son incapacité à effacer et la création de phénomènes de masse autour de faits sans importance, crée un risque sur la réputation jamais connu auparavant.

Ce sont d'abord les politiques et les stars qui en ont été les premières victimes. **Mais aujourd'hui, c'est tout un chacun qui est exposé.**

Avec près de 50% de la population luxembourgeoise utilisant les réseaux sociaux, ce sujet est plus que jamais d'actualité.

Il est à noter que 8 Luxembourgeois sur 10 y voient un risque, et bien évidemment les familles ayant des adolescents, sont fortement exposées à ce risque.

La vie virtuelle fait de plus en plus parler d'elle et les risques sont bel et bien présents!

Ce petit guide de prévention des risques liés à internet est le fruit d'une collaboration entre les services juridiques d'AXA Luxembourg et Jean-Christophe Lardinois - Avocat au barreau de Bruxelles, spécialiste en droit intellectuel, des médias et des nouvelles technologies. Médiateur civil et commercial agréé, il est également assistant à l'Université Libre de Bruxelles.

Afin de rester dans l'esprit du Web 2.0, nous le mettons à disposition de tous, pour que chacun puisse en bénéficier, quelle que soit son utilisation d'internet.

un monde virtuel avec des conséquences bien réelles

1. DU WEB INFORMATIF ET PASSIF AU WEB PARTICIPATIF...

1.1. le **web 1.0**, aussi appelé web statique, a rendu le web accessible au grand public.

Il est caractérisé par la production de contenus/d'informations mis à disposition des internautes via la création de pages composées de textes et d'images.

Il s'agit, par exemple, du site d'une entreprise (exemple : www.axa.lu), d'une organisation, d'une personnalité publique, etc.

Ainsi, le contenu est généré et géré exclusivement par le propriétaire du site.

Ces sites constituent donc des sources d'informations pour les internautes et ne sont dès lors pas des sources d'interactions à proprement parler.

1.2. le **web 2.0** dit participatif se caractérise quant à lui par sa simplicité d'utilisation, l'interactivité et l'interconnexion existant entre internautes au sein d'une communauté.

“L'expression « médias sociaux » recouvre les différentes activités qui intègrent la technologie, l'interaction sociale, et la création de contenus. Les médias sociaux utilisent l'intelligence collective dans un esprit de collaboration en ligne. Par le biais de ces moyens de communication sociale, des individus ou des groupes d'individus qui collaborent créent ensemble du contenu Web, organisent le contenu, l'indexent, le modifient ou font des commentaires, le combinent avec des créations personnelles.” (Article Web 2.0 de Wikipédia en français (http://fr.wikipedia.org/wiki/Web_2.0)).

Avec le développement de cette nouvelle forme de web, tout le monde a désormais la possibilité de placer du contenu sur la toile et/ou de réagir au contenu publié par les autres internautes, sans autre formalité parfois qu'un simple clic.

Les réseaux sociaux, les blogs, les forums de discussion constituent les meilleures illustrations de cette nouvelle utilisation de l'internet.

Les internautes ont donc la possibilité de devenir créateurs de contenus et d'alimenter les contenus mis en ligne par d'autres internautes. Ainsi, ils deviennent de véritables émetteurs actifs de contenus.

Pourtant, la rapidité et la simplicité de l'opération ne devraient pas empêcher l'internaute de prendre la mesure de ce qu'il publie et des conséquences qui en découlent.

2. SUR INTERNET, LA VIE PRIVÉE N'EXISTE PAS...

Internet crée un sentiment d'intimité qui n'est pourtant qu'illusoire...

Identité dévoilée – Avec certains réseaux sociaux comme Facebook, les internautes sont amenés à sortir de l'anonymat et ne se cachent plus nécessairement derrière un pseudonyme ou un avatar qui avait vocation à préserver leur identité sur la toile.

En effet, l'identité réelle des internautes (nom, prénom) et la « photo de profil » ont aujourd'hui remplacé l'identité virtuelle et codée des internautes qui deviennent du même coup directement identifiables.

Il y a donc lieu de redoubler de prudence dans la gestion du contenu que vous souhaitez rendre accessible sur internet.

Qu'il s'agisse de photos de vacances, de soirées, de la publication d'informations relatives à vos coups de cœur et centres d'intérêt, de l'expression d'une opinion sur un fait d'actualité, sur votre employeur ou sur l'entreprise dans laquelle vous travaillez, de la communication de certaines données personnelles pour une inscription en ligne (achat en ligne, réservation, etc.), il est essentiel de peser l'opportunité de transférer de telles données et de s'informer sur la destination de celles-ci et sur l'usage postérieur qui peut en être fait.

Gardez toujours à l'esprit qu'une information communiquée sur internet est rendue accessible au public et ce, même si vous avez publié cette information sur la page d'un réseau social dont vous avez limité l'accès.

Le risque est en effet le suivant : après la publication d'un contenu, que vous avez toujours la possibilité de retirer, vous ne pouvez jamais être certain que ce contenu n'a pas déjà été reproduit plusieurs fois.

Il y a donc lieu d'avoir égard aux personnes susceptibles d'être destinataires de l'information et ce, tant directement qu'indirectement.

Une nouvelle façon de concevoir l'intimité et l'amitié – Les réseaux sociaux (Facebook au premier plan) ont la fâcheuse tendance d'aboutir à une confusion des connaissances avec lesquelles le degré d'intimité est pourtant différent.

Combien de vos « amis Facebook » sont-ils vos amis proches, simples connaissances, collègues de travail, etc... ?

Outre l'importance de paramétrer l'accès de vos comptes (compte Facebook en particulier) afin que votre intimité et ce que vous avez choisi de dévoiler à vos « amis » ne soient pas rendus accessibles à n'importe qui, il peut être utile également de jongler avec les différentes communautés auxquelles vous êtes susceptible d'appartenir.

Ainsi par exemple, le réseau social LinkedIn vous permet de partager votre CV et de tisser un réseau de relations professionnelles.

Conclusion : « Know your audience » – Vous pouvez ainsi partager de façon plus ou moins hermétique un certain nombre d'informations en fonction de l'audience concernée.

l'(les) identité(s) numérique(s), la réputation numérique et la marque personnelle

1. QU'EST-CE QUE C'EST ?

1.1. identité(s) numérique(s)

L'identité est ce que vous déclarez être. C'est un concept qui revêt plusieurs réalités. Vous avez en effet une identité sociale, professionnelle, peut-être artistique, etc. Lorsque vous créez un compte Facebook ou LinkedIn, votre identité devient numérique.

1.2. réputation numérique ou notoriété numérique

La réputation est ce que les autres pensent de vous.

Votre réputation influence votre quotidien sur les plans privé (réputation sociale) et professionnel (réputation professionnelle).

On voit actuellement se dégager la notion de réputation numérique au côté de la réputation physique.

En effet, lorsque cette dernière est amenée sur internet par le biais de la publication d'informations à votre sujet, cette réputation devient numérique.

Comme vous soignez votre réputation hors internet dans le monde physique, il est important de protéger votre réputation numérique.

Les informations publiées à votre sujet et disponibles sur la toile doivent être triées et contrôlées afin de préserver une bonne réputation numérique.

Outre les personnalités publiques, les entreprises et les particuliers ont également intérêt à soigner cette réputation.

Comme vous consultez le site internet de l'entreprise dans laquelle vous souhaiteriez éventuellement poser un acte de candidature en « googlant » son nom (NB : googler : néologisme visant l'acte d'introduire un mot ou une phrase dans un moteur de recherche Google dans le but de récolter des informations sur ce mot, cette phrase), il n'est pas rare qu'un employeur consulte internet pour se faire une idée du profil des candidats à l'embauche et dépasse ainsi les informations brutes et filtrées présentées sur le CV.

1.3. marque personnelle

La marque personnelle d'un individu est constituée de son identité et de sa réputation.

Comme les entreprises, les particuliers ont également intérêt à gérer cette marque personnelle et à l'entretenir.

2. COMMENT LES PRÉSERVER (CONSEILS)?

- Je n'oublie pas la possibilité de recourir au pseudonyme ou à un avatar.
- Je ne dévoile pas mon identité quand cela n'est pas nécessaire.
- Je fais attention à ce que je publie mais également à ce que les autres publient sur moi.
- Je sensibilise mon entourage.
- Je contrôle régulièrement ma réputation numérique.

3. QUE PUIS-JE FAIRE SI JE TROUVE DU CONTENU NÉGATIF SUR MOI?

3.1. je suis à l'origine du contenu...

Vous ne serez en principe pas à l'origine du contenu vous étant préjudiciable.

Cependant, si des informations que vous avez publiées précédemment vous posent problème, il est en principe facile de supprimer ce contenu.

Cela étant, veillez toujours à protéger ce qui ressort de votre vie privée et envisagez l'avenir.

Une photo/information qui n'est pas problématique aujourd'hui peut se révéler handicapante demain.

De plus, certains moteurs de recherche comme Google ont mis en place un système de cache.

Il s'agit d'un système d'archivage qui permet de consulter des pages qui n'existent pourtant plus.

Vous devez donc garder à l'esprit que même un contenu supprimé peut laisser des traces dans un moteur de recherche.

Cette difficulté n'est pas sans issue. En effet, Google a mis en place une procédure de désindexation à la demande des internautes.

http://www.google.fr/intl/fr_fr/remove.html#uncache

Vous pouvez aussi adresser une demande à Google, après identification de votre compte Google, en remplissant le formulaire en ligne : www.google.com/webmasters/tools/removals?pli=1.

3.2. je ne suis pas à l'origine du contenu...

Un contenu vous concernant qui vous déplaît n'est pas automatiquement illicite.

quand le contenu est-il illicite ?

Atteinte au droit à l'image (photo et vidéo) : toute personne qui souhaite diffuser une photo ou une vidéo de vous a l'obligation d'obtenir votre autorisation si vous êtes identifiable sur cette photo ou cette vidéo.

Diffamation et calomnie : la diffamation constitue une atteinte à l'honneur. Il s'agit d'une infraction prévue par le Code pénal qui est punissable d'une peine d'emprisonnement de 15 jours à 6 mois et d'une amende pouvant atteindre 10 000 euros.

Injure : l'injure constitue également une atteinte à l'honneur. Il s'agit d'une infraction prévue par le Code pénal qui est punissable d'une peine d'emprisonnement de 8 jours à deux mois et d'une amende pouvant atteindre 5000 euros ou d'une de ces deux peines seulement.

Atteinte au droit à la vie privée : ce droit est consacré par la loi du 11/08/1982 mais également par l'article 8 de la Convention européenne des droits de l'homme.

On n'a donc pas le droit de révéler, sans votre accord, des informations relatives à votre vie privée et familiale.

3.3. concrètement, quels sont mes moyens d'action pour faire retirer ce contenu (que celui-ci soit illicite ou non) ?

Quand bien même le contenu litigieux serait de nature illicite, il n'est pas obligatoire de passer par la voie judiciaire pour que ce contenu soit supprimé.

Je privilégie la voie amiable...

L'auteur du contenu est identifiable : il vous suffit alors de vous adresser à lui pour qu'il supprime le contenu litigieux.

L'auteur du contenu n'est pas identifiable ou vous ne souhaitez pas contacter ce dernier : vous avez la possibilité de contacter le Webmaster (c'est-à-dire l'administrateur du site. Il s'agit de la personne responsable du site web, de sa conception à sa maintenance).

Vous trouverez en principe les informations nécessaires pour le contacter dans l'onglet « mentions légales » ou « conditions générales d'utilisation du site ».

Recours auprès du propriétaire du nom de domaine : une dernière possibilité consiste à contacter directement la personne propriétaire du nom de domaine.

Vous pouvez effectuer une recherche appelée WHOIS (contraction de l'anglais who is ?, signifiant « qui est ? ») sur le site www.dns.lu et qui vous permettra d'obtenir les coordonnées du détenteur d'un nom de domaine particulier. Il vous suffit de taper le nom de domaine dans la barre WHOIS pour trouver les détails du détenteur du nom.

Formulation de la demande : si le contenu n'a rien d'illégal, expliquez simplement la nature du préjudice que vous subissez et invitez la personne à qui vous vous adressez à faire preuve de compréhension.

Si le contenu est illégal, exposez les dispositions légales justifiant votre demande.

Demander un droit de réponse : les médias sociaux (qui privilégient l'interactivité) permettent en principe la publication de commentaires. Vous pouvez toujours en user pour faire connaître votre réponse.

Possibilité de recours judiciaire...

Si votre tentative de procéder à une suppression du contenu à l'amiable se solde par un échec, vous avez encore la possibilité de recourir à l'action judiciaire.

(Voyez également 3.1. sur les copies cachées et la nécessité de supprimer également ces archives pour faire disparaître toutes les traces de ce contenu sur les moteurs de recherche).

la délinquance numérique

Internet constitue un nouvel outil pour les délinquants numériques. En effet, cambrioleurs et autres « voleurs » d'identité ou de données bancaires peuvent y trouver une mine foisonnante d'informations sensibles si l'on n'y prend pas garde.

comment limiter les risques de délinquance numérique ?

- **j'identifie les données sensibles.** Certaines données qui peuvent paraître anodines constituent pourtant de merveilleuses passerelles vers le délit.

Il s'agit notamment de :

- votre date de naissance (bien que celle-ci soit souvent requise lors de l'inscription à un réseau social) et de votre lieu de naissance qui sont des éléments très forts pour vous authentifier ;
- votre adresse postale afin d'éviter toute visite inopportune à votre domicile. En ne communiquant pas votre adresse postale, vous limiterez tant les risques de cambriolage que les risques de permettre à quelqu'un de fouiller votre boîte aux lettres ou vos poubelles dans le but d'obtenir des informations complémentaires à votre sujet pour usurper votre identité.

- **je vérifie les paramètres de confidentialité de mes comptes sur les réseaux sociaux.**

Des détails anodins peuvent intéresser les délinquants du net.

Vous ne laisseriez pas vos objets de valeur sur le siège arrière de votre voiture ou à la fenêtre.

De la même façon, vous n'exposeriez pas ceux-ci via les réseaux sociaux.

En effet, ceux-ci, espaces de partage à part entière, peuvent constituer, s'ils ne sont pas à suffisance sécurisés, des fenêtres sur votre intimité et sur la présence d'objets de valeur chez vous.

■ ***j'évite de partager des informations personnelles si cela n'est pas nécessaire.***

- Si le partage de ces informations est obligatoire, je vérifie que je me situe sur un site sécurisé comme les sites d'e-commerce, de banques en ligne, ou encore, par exemple : www.guichet.lu.

Vous pouvez à tout moment vérifier que vous êtes connecté à un tel espace sécurisé en vérifiant l'adresse URL de celui-ci. Lorsque l'adresse commence par **https** (le « s » signifie secure c'est-à-dire sécurisé) au lieu de **http** et que vous pouvez constater la présence d'un cadenas fermé en-bas à droite de l'écran de votre ordinateur: vous êtes sur un site sécurisé.

- Vous remarquerez que votre date de naissance est généralement requise lorsque vous vous inscrivez sur un réseau social. Rien ne vous empêche de modifier et de fausser votre date de naissance.
- Vous éviterez par la même occasion la technique du hameçonnage (ou **phishing**) qui est une technique utilisée par les délinquants numériques en vue de soutirer des informations confidentielles par téléphone ou par e-mail. Ces données sont ensuite utilisées pour effectuer des paiements en votre nom.

Sachez que votre banque ne vous demandera jamais de communiquer vos informations personnelles et confidentielles par e-mail.

- ***je me tiens au courant des arnaques numériques.*** Le site internet www.hoaxbuster.com tient à disposition des internautes un répertoire faisant état de nombreux hoax (canulars numériques) présents sur la toile.

adopter un comportement responsable vis-à-vis des autres (proches, autres internautes, collaborateurs, collègues, concurrents, employeurs, etc.)

Le web 2.0. a favorisé l'essor de la liberté d'expression sur internet. Cependant, malgré la nouvelle opportunité qui vous est offerte par ce biais, vous ne pouvez pas tout dire / tout publier sous couvert de ce droit.

DROIT À L'IMAGE – DROIT À LA VIE PRIVÉE ET FAMILIALE – DROIT À L'HONNEUR ET À LA RÉPUTATION

Comme vous, votre entourage bénéficie des droits à l'image, à la vie privée et familiale et au respect de son honneur et de sa réputation.

Il est donc primordial de les respecter.

Concernant le droit à l'image de personnes tierces, vous veillerez à toujours obtenir l'autorisation des personnes identifiables sur la photo/la vidéo que vous souhaitez publier. Des personnes de dos, photographiées de loin, dans une foule dense ne sont pas considérées comme étant identifiables.

INTERACTION ENTRE VOTRE MARQUE PERSONNELLE ET LA MARQUE DE L'ENTREPRISE QUI VOUS EMPLOIE

Obligation de confidentialité : une clause de confidentialité est à respecter par tous les salariés quant aux informations qu'ils sont amenés à connaître du fait de leur activité professionnelle au sein de l'entreprise.

Pour en savoir plus, tournez-vous vers le code de déontologie ou le règlement intérieur de votre entreprise.

Obligation de loyauté : s'ajoute à l'obligation de confidentialité, une obligation de loyauté du salarié vis-à-vis de son employeur. Cette obligation suppose que les salariés d'une entreprise ne compromettent pas la réputation de leur employeur.

Une certaine vigilance est requise à cet égard puisque cette obligation s'étend en dehors du lieu et des horaires de travail.

Obligation de s'exprimer en son nom personnel et non pas au nom de l'entreprise qui vous emploie :

lorsque vous vous exprimez sur la toile, prenez un instant pour vous assurer que l'opinion que vous souhaitez partager sera identifiée par les autres internautes comme votre opinion personnelle et non pas comme celle de votre entreprise.

Il est conseillé d'insérer une phrase-type comme « *Les opinions exprimées dans cet article/sur ce blog/sur ce forum sont celles de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement celles de l'entreprise X* ».

DROITS DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Vous veillerez enfin à respecter les droits de propriété intellectuelle (droit d'auteur, droit des marques,...) sur la toile.

Ainsi, vous respecterez les logos et marques de votre employeur, de vos concurrents, etc.

conclusion

Le développement des réseaux sociaux a amené une nouvelle façon de concevoir l'internet et les relations entre internautes.

L'espace numérique privé (web 1.0.) s'est transformé en une véritable place publique, lieu de rencontres, où l'on discute, partage, échange une série d'informations et de contenus en tout genre.

Cette nouvelle utilisation s'accompagne néanmoins de son lot de nouvelles difficultés et de nouveaux risques qu'il faut pouvoir identifier, comprendre, gérer et surtout anticiper.

Internet constitue un fabuleux outil de communication et est vecteur de réelles opportunités.

Afin de pouvoir en tirer profit au maximum, il faut toutefois maîtriser les quelques réflexes de « bon sens » et simples, qui vous ont été présentés et qui vous permettront de naviguer sur la toile sans encombre en évitant toute répercussion dommageable dans votre vie quotidienne sociale et/ou professionnelle.

www.protection.axa.lu

