

SEPTEMBRE 2018

PRÉSERVER SA RÉPUTATION NUMÉRIQUE

Guide pratique



ORDRE NATIONAL DES MEDECINS
Conseil National de l'Ordre

SOMMAIRE

I.	Maîtriser son e-réputation	7
a.	Prévention	7
b.	Assurance e-réputation	7
II.	Fiche professionnelle	8
a.	Opposition et suppression d'une fiche.....	8
b.	Déréférencement d'une fiche	9
III.	Avis ou propos d'internautes	10
a.	Réactivité et démarche	10
b.	Avis ou propos non illicites.....	11
1.	Réponse aux avis ou propos	11
2.	Demande de retrait des avis ou des propos.....	15
c.	Avis ou propos illicites	15
3.	Quels avis ou propos ?.....	15
4.	Quelles actions ?.....	21
IV.	Possibilités d'action du Conseil de l'ordre des médecins ?.....	29
V.	Obligations des plateformes d'avis en ligne ou des moteurs de recherche ?.....	30

Avant - propos

Ce guide a vocation à accompagner les médecins, ou plus généralement les professionnels de santé, dans la gestion de leur e-réputation. Nous avons cependant choisi de le rendre public sur notre site internet ainsi que son tutoriel.

Selon les termes de la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL), « l'e-réputation est l'image numérique d'une personne sur Internet. Cette e-réputation est entretenue par tout ce qui concerne cette personne et qui est mis en ligne sur les réseaux sociaux, les blogs ou les plateformes de partage de vidéos ».

Les avis d'internautes publiés sur Google ou sur des sites spécialisés, les informations relatives à votre exercice professionnel publiées en ligne, les articles publiés sur des blogs, des messages ou discussions sur des réseaux sociaux, tous ces éléments sont de nature à impacter votre image numérique, votre réputation en ligne. Il est important à l'ère du numérique de maîtriser son e-réputation, dans le respect de vos obligations déontologiques.

Il est essentiel de comprendre que la liberté d'expression et d'opinion est un droit fondamental¹. Toute personne est libre de penser comme elle l'entend, et d'exprimer librement ses idées et opinions par les moyens qu'elle souhaite, même si ces dernières ne sont pas majoritaires ou acceptées.

Si les systèmes de notations et d'avis sur les professionnels peuvent choquer certains et laisser entrevoir un glissement des patients vers le « consumérisme médical », ils ne sont pas en soi illégaux. La seule qualité de médecin ou de professionnel de santé ne justifie pas une interdiction de publication d'avis ou propos le concernant.

Cependant, la liberté d'expression ne peut permettre à tout patient ou tout internaute de diffuser sans restriction des propos visant les professionnels de santé. Les abus pourront faire l'objet de sanctions. Les personnes visées par certains commentaires négatifs ou inappropriés disposent en effet de différents moyens d'actions juridiques afin de limiter l'atteinte subie et d'obtenir réparation de leur préjudice.

Si vous avez constaté un contenu portant atteinte à votre e-réputation ou si vous vous intéressez à votre image numérique, ce guide vous permettra de vous orienter dans vos démarches.

¹ Art. 10 Convention de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales ; Art. 19 Déclaration universelle des droits de l'homme ; Art. 10 et 11 Déclaration des droits de l'homme et du citoyen.

I. Maîtriser son e-réputation

Afin d'être en capacité d'agir rapidement en cas d'atteinte à votre e-réputation, vous devez dès maintenant mettre en place des mécanismes de protection.

a. Prévention

Il vous est conseillé de faire un état des lieux des informations publiées sur les réseaux sociaux et sur internet, afin d'avoir un aperçu aussi complet que possible de votre image numérique du médecin sur internet.

Il sera ainsi judicieux, dans l'idéal et en fonction du temps disponible, de :

- mettre en place une veille une fois par mois au moyen de recherches par mots-clés sur les moteurs de recherche principaux², les sites spécialisés³, les réseaux sociaux⁴ ;
- créer un compte personnel sur ces sites pour permettre d'une part de maîtriser les informations disponibles et d'autre part de pouvoir répondre directement en ligne à certains avis, si c'est la stratégie adoptée.

La construction ou la préservation de votre image numérique doit être réalisée dans le respect de vos obligations déontologiques. Il ne vous est en particulier pas permis d'inciter des patients à publier des avis en ligne. Pour vous aider, vous pouvez consulter le rapport « Le médecin dans la société de l'information et de la communication » de septembre 2016⁵.

b. Assurance e-réputation

Il vous est recommandé de vous rapprocher en cas d'atteinte à votre e-réputation mais aussi à titre préventif de votre assurance de responsabilité professionnelle. Certaines assurances proposent en effet une garantie e-réputation, qui vous accompagnera dans vos démarches. Ces garanties peuvent être automatiquement incluses dans votre protection ou doivent faire l'objet d'un avenant ou d'une option particulière à souscrire.

Ces assurances peuvent faire appel à des agences d'e-réputation de proposent des prestations de veille, de surveillance et de nettoyage d'e-réputation.

² Google, Bing, Yahoo etc.

³ quimesoigne.com ; dokbody.com ; choisirunmedecin.com ; notetondoc.com ; rdvmedicaux.com ; justacote.com ; doctoralia-fr.com ; nomao.com.

⁴ Facebook, Twitter.

⁵ <https://www.conseil-national.medecin.fr/sites/default/files/societe-information-communication.pdf>

II. Fiche professionnelle

Vous avez constaté l'existence, sans que vous n'en ayez été informé, d'une fiche professionnelle répertoriant notamment votre nom, votre prénom, votre spécialité, votre adresse professionnelle, votre numéro de téléphone professionnel, sur un site spécifique ou sur l'outil de recherche Google.

Vous avez créé un compte sur un site spécifique ou sur Google My Business et rencontrez des difficultés pour le fermer.

Dans ces deux situations, vous disposez de moyens d'action.

a. Opposition et suppression d'une fiche

Les informations d'ordre professionnel vous concernant sont des données personnelles⁶, dont l'utilisation est soumise à la réglementation relative à la protection des données⁷. L'éditeur du site, Google ou toute autre société, doit notamment vous informer au préalable de la création d'une fiche à votre nom, dans la mesure où il exploite vos données personnelles⁸.

Vous bénéficiez du droit⁹ de vous opposer a posteriori à l'exploitation et à la publication de vos données personnelles et de demander la suppression de la fiche professionnelle¹⁰. Pour maintenir votre fiche professionnelle, l'éditeur du site devra démontrer l'existence de motifs légitimes et impérieux prévalant sur vos intérêts ou vos droits et libertés. La démonstration ne paraît pas aisée dans la mesure où des annuaires publics de professionnels de santé existent déjà (CNOM, Ameli, etc.).

Pour exercer votre droit, vous devez écrire par courrier, e-mail ou formulaire en ligne à l'éditeur du site (dans les mentions légales tout en bas de la page internet) en suivant les instructions de la CNIL, l'autorité chargée de la protection des données personnelles : <https://www.cnil.fr/fr/le-droit-dopposition>.

Vous devrez justifier votre demande en expliquant les raisons pour lesquelles vous ne voulez pas de cette fiche (vous ne souhaitez pas apparaître sur des sites privés, vous ne souhaitez pas apparaître sur Google Maps, etc.).

N'oubliez pas de conserver une trace de votre demande (scan, photocopie, copie écran, etc.).

⁶ [Délibération CNIL n°2014-041 du 29 janvier 2014](#), confirmée par l'arrêt du [Conseil d'Etat, 10^{ème} SSJS, 30 décembre 2015, n°376845](#).

⁷ [Loi Informatique et libertés n°78-17 du 6 janvier 1978](#) et le [Règlement européen de protection des données n°2016/679 du 27 avril 2016](#).

⁸ Il doit par ailleurs, d'après la réglementation (art. 6 RGPD et art. 6 Loi Informatique et libertés), soit demander votre accord, soit démontrer son « intérêt légitime » à utiliser ces données. Or cet intérêt légitime pourrait être contesté dans la mesure où des annuaires publics de professionnels de santé existent déjà (CNOM, Ameli, etc.).

⁹ [Art. 21 RGPD](#), [art. 17 RGPD](#), [art. 38 Loi Informatique et libertés](#), [art. 40 Loi Informatique et libertés](#).

¹⁰ S'agissant des avis publiés sur votre fiche professionnelle, ceux-ci ne devraient théoriquement pas être supprimés, car la liberté d'expression et d'information est une exception au droit à l'effacement. Cependant, en l'absence de fiche professionnelle à votre nom, ces avis ne pourraient être rattachés à votre nom.

Le professionnel dispose d'un délai d'un mois pour vous répondre.

Si toutefois l'éditeur refuse de supprimer votre fiche, vous pouvez agir sur deux plans :

- Porter plainte auprès de la CNIL : <https://www.cnil.fr/agir> ;
- Demander judiciairement la suppression de la fiche à votre nom par référé, sur le fondement de l'article 809 du Code de procédure civile, de l'article 38 de la loi Informatique et libertés et de l'article 226-18-1 du Code pénal ; le recours à un avocat n'est pas obligatoire mais vivement conseillé. Un chirurgien-dentiste, a obtenu en référé la suppression de sa fiche Google My Business, Google ayant refusé de respecter son droit d'opposition. Dans cette affaire, Google adressait en outre des publicités au chirurgien-dentiste¹¹.

b. Déréférencement d'une fiche

Si vous ne parvenez pas à obtenir la suppression de votre fiche sur des sites internet particuliers¹², il vous est possible de demander aux moteurs de recherche le déréférencement de votre fiche lors des recherches portant sur votre nom et votre prénom, sans autre mot clé.

Il suffit pour cela de remplir les formulaires de demande en ligne pour certains moteurs de recherche ou d'adresser un courrier. Vous trouverez des explications détaillées sur le site de la CNIL : <https://www.cnil.fr/fr/le-dereferencement-dun-contenu-dans-un-moteur-de-recherche>.

Vous ne pouvez en revanche obtenir le déréférencement d'un avis négatif d'une personne n'excédant pas la liberté d'expression, à l'exception des avis dits « illicites », qui sont évoqués ci-dessous (cf. § III. C.). Le déréférencement vise l'ensemble de votre fiche.

Le déréférencement ne supprime pas la page internet où figure votre nom, qui sera toujours accessible en cherchant sur le site en question ou en tapant l'adresse de la page internet directement dans la barre d'adresse URL de votre navigateur internet. Le déréférencement supprime uniquement la page internet de la liste des résultats à la recherche de votre nom et de votre prénom sur le moteur de recherche concerné.

¹¹ TGI de Paris. Ordonnance de référé du 6 avril 2018.

¹² S'agissant de fiches professionnelles publiées par les moteurs de recherche eux-mêmes (Google, Bing, etc.), celles-ci ne sont pas référencées par le moteur de recherche et n'apparaissent pas dans les résultats de recherche, un encart spécifique étant créé sur le côté droit en général. Elles ne peuvent donc a fortiori pas faire l'objet d'un déréférencement.

III. Avis ou propos d'internautes

La réactivité est un élément clé dans la gestion de son image numérique (§A). Vous disposez de plusieurs moyens d'actions s'agissant d'avis ou propos jugés désagréables (§B et C) et de moyens d'actions plus avancés pour les avis ou propos dépassant les limites de la liberté d'expression (§D).

a. Réactivité et démarche

Vous constatez la publication d'avis ou propos constituant une atteinte à votre image sur les moteurs de recherche, les réseaux sociaux ou tout autre site internet spécifique. Il vous faut réagir rapidement, quelle que soit la stratégie adoptée. La réactivité est en effet primordiale dans le monde du numérique. Une réaction inappropriée ou trop tardive peut s'avérer plus préjudiciable qu'une absence de réaction.

Avant toute chose, il est essentiel de conserver la preuve de la publication en cause, en réalisant immédiatement des captures d'écran globales. Vous pourrez ensuite définir votre stratégie en fonction de votre situation.

Plusieurs paramètres doivent être pris en considération pour évaluer votre situation :

- le référencement du résultat par les moteurs de recherche : le lien vers le site internet ou la page concernée apparaît-il dans la première page des résultats ?
- l'audience du site internet : est-ce un site spécialisé, généraliste ou non-professionnel ? Quelle population se rend sur ce site internet ? des patients ? des professionnels ? peu ou beaucoup de personnes ?¹³
- l'activité générée par le site internet : est-elle importante ? Est-elle nulle ?¹⁴
- l'auteur d'un commentaire : patient mécontent, professionnel, expert, journaliste, personne influente et reconnue, etc.
- la nature des propos : est-ce une simple critique ? des propos illicites ?¹⁵
- le risque engendré : est-ce que cela a un impact sur votre exercice professionnel ?

¹³ Attention : un site avec une audience faible mais d'experts engendre un degré de risque important.

¹⁴ Attention : même dans le cas où l'activité du site est nulle, le risque zéro n'existe pas. Une riposte inadaptée peut générer de l'activité sur une page où il n'y en avait plus.

¹⁵ Il convient de distinguer s'il s'agit de critiques légitimes relevant de la liberté d'expression ou si les propos constituent un abus de liberté d'expression. Le cas des avis ou propos illicites est étudié ci-dessous.

Une fois cette évaluation réalisée, vous pouvez adopter l'une ou l'autre de ces stratégies :

Stratégies	Actions	Cf. paragraphe
Préventive	Action de prévention en amont	I.
Neutre	Ne rien faire, afin de ne pas créer de polémique	
Défensive	Formuler une réponse empathique	III. B.1.
Pacifique	Demander à l'auteur de retirer ses propos ou avis	III. B.2.
Offensive (pour les avis illicites)	Actions en justice pour identifier l'auteur des contenus incriminés s'il a agi sous couvert de l'anonymat, pour obtenir la suppression de ces propos ou avis et/ou pour faire condamner l'auteur et obtenir réparation (dommages-intérêts, remboursement des frais de justice, communiqué judiciaire).	III. C.

b. Avis ou propos non illicites

Dans l'hypothèse de la publication d'avis ou propos négatifs mais n'ayant pas un caractère illicite (cf. § III. C.), deux stratégies principales peuvent être adoptées : la réponse aux avis ou propos en ligne ou la prise de contact avec l'auteur des avis ou propos lui demandant de retirer sa publication.

1. Réponse aux avis ou propos

L'une des stratégies face à des avis ou propos portant atteinte à votre image est d'y apporter une réponse empathique ayant pour objectif d'améliorer votre image, sans faire de publicité, naturellement.

• Comment répondre ?

Vous avez en général la possibilité de répondre en ligne aux avis ou propos vous concernant, en créant un compte sur le site concerné. Google, par exemple, permet au professionnel visé par un avis de répondre en créant un compte Google My Business.

Que faire si vous ne pouvez pas répondre directement en ligne ?

Il peut arriver que le site internet sur lequel sont publiés les avis ne permette pas de répondre directement en ligne. La loi¹⁶ oblige ces sites à vous octroyer un droit de réponse en ligne. Vous devrez dès lors adresser votre demande, par lettre recommandée avec avis de réception, au directeur de la publication ou, lorsque la personne éditant le site a conservé l'anonymat, à l'hébergeur qui la transmet sans délai au directeur de la publication¹⁷.

Pour trouver le directeur de la publication ou l'hébergeur d'un site, il suffit de consulter les mentions légales du site. En général, un lien est mis en place tout en bas de la page internet.

Vous disposez d'un délai de 3 mois à compter de la publication de l'avis pour exercer votre droit de réponse.

Dans votre demande, vous devez indiquer votre réponse écrite et identifier précisément le message en cause : références, conditions d'accès sur le site, auteur, etc..

La longueur de la réponse est limitée à celle du message qui l'a provoquée, dans la limite de 200 lignes.

Le directeur de la publication est tenu d'insérer la réponse dans les trois jours de la réception de la demande, sous peine de sanction pénale¹⁸, sans préjudice des autres peines et dommages-intérêts auxquels l'avis pourrait donner lieu, si vous décidez d'agir judiciairement au sujet de la publication de l'avis même.

- **Que dire ?**

Une réponse à un commentaire ou un avis négatif permet d'en limiter la portée et l'impact. Il est nécessaire, pour ce faire, de ne pas renforcer la polémique potentielle en adoptant une attitude ouverte, et en fournissant une réponse empathique.

Vous ne pouvez dans votre réponse nuire à l'intérêt de l'auteur de l'avis, et le texte de la réponse doit être pertinent, c'est-à-dire ne pas porter sur un tout autre objet que celui de l'avis en cause et rester en rapport direct avec celui-ci.

¹⁶ [Art. 6 IV. loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique et décret n°2007-1527 du 24 octobre 2007 relatif au droit de réponse.](#)

¹⁷ [Décret n° 2007-1527 du 24 octobre 2007 relatif au droit de réponse applicable aux services de communication au public en ligne.](#)

¹⁸ 3 750 euros d'amende.

Il est ainsi conseillé dans toute réponse à un commentaire négatif de :

- remercier dans un premier temps le patient d’avoir laissé un avis ;
- lui faire comprendre que vous avez compris la nature de son désagrément ;
- puis, en fonction des situations :
 - si le désagrément est fondé, d’en expliquer la cause et les éventuelles mesures mises en œuvre pour le pallier ;
 - si le désagrément n’est pas fondé, d’informer l’auteur du commentaire de votre surprise à sa lecture ;
- si nécessaire de préciser à l’auteur du commentaire que vous ne pouvez lui fournir une réponse complète sans risquer de porter atteinte au secret médical ;
- enfin de proposer à l’auteur du commentaire de vous contacter sur vos coordonnées professionnelles, afin de permettre de trouver une solution aux difficultés qu’il a pu rencontrer.

Vous ne devez en aucun cas en répondant à un avis porter atteinte au secret médical, qui couvre « l'ensemble des informations concernant la personne venues à la connaissance du professionnel » (article L1110-4 du Code de la santé publique), mais encore « tout ce qui est venu à la connaissance du médecin dans l'exercice de sa profession, c'est-à-dire non seulement ce qui lui a été confié, mais aussi ce qu'il a vu, entendu ou compris. » (art. 4 du Code de déontologie médicale).

Le déroulé d’une consultation ne peut ainsi être mentionné. Le risque de violation du secret médical existe que la personne ait publié son avis sous couvert de l’anonymat ou non, l’utilisation d’un pseudonyme n’excluant pas l’identification de l’auteur de l’avis. En effet, l’auteur de l’avis peut être identifié par le contenu de son avis. Il est également possible de connaître son identité auprès de l’éditeur du site, qui détient les informations relatives au compte en ligne de l’auteur, ou encore auprès de l’hébergeur du site qui détient son adresse IP, permettant de retracer jusqu’à son identité grâce au fournisseur d’accès à internet.

Vous pouvez répondre aux avis négatifs comme positifs en faisant attention toutefois à vous abstenir dans votre réponse de promouvoir votre activité, ce qui constituerait une publicité illicite (article 19 du Code de déontologie médicale). Si un rapport récent du Conseil d’État¹⁹ ouvre des possibilités de communication plus étendues, il n’en demeure pas moins que la publicité ; en ce qu’elle comporterait un aspect commercial, restera interdite.

Voici ci-dessous des exemples de réponses types pouvant être formulées dans différentes situations et que vous pourrez adapter :

¹⁹ <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/184000394.pdf>

Nature du commentaire	Exemple de réponse
<p>Désagrément lié aux soins prodigués</p>	<p>Bonjour Madame/Monsieur,</p> <p>Nous vous remercions d’avoir pris le temps de donner votre avis.</p> <p>Vous nous voyez désolés que vous n’ayez pas bien vécu votre prise en charge médicale.</p> <p>Nous ne pouvons vous fournir une réponse complète par le biais de ces commentaires sans risquer de porter atteinte au secret médical. Si vous le souhaitez nous vous proposons de nous contacter par téléphone au (.) ou par courrier électronique à l’adresse (.) afin de pouvoir aborder en détails les points que vous soulevez, et de convenir si nécessaire d’un nouveau rendez-vous.</p> <p>Bien à vous</p>
<p>La consultation est jugée trop courte</p>	<p>Bonjour Madame/Monsieur,</p> <p>Nous vous remercions d’avoir pris le temps de donner votre avis.</p> <p>Nous comprenons que le temps accordé dans le cadre d’une consultation puisse vous paraître trop court et être source de déception, mais cela est indispensable pour limiter les retards et ne pas défavoriser les autres patients ni nuire à la qualité des soins que nous pratiquons.</p> <p>Afin de ne pas risquer de porter atteinte au secret médical nous vous proposons de nous contacter par téléphone au (.) ou par courrier électronique à l’adresse (.) afin de pouvoir aborder en détails les questions relatives à votre prise en charge, et de convenir si nécessaire d’un nouveau rendez-vous.</p> <p>Bien à vous</p>
<p>Temps d’attente excessif</p>	<p>Bonjour Madame/Monsieur,</p> <p>Nous vous remercions d’avoir pris le temps de donner votre avis.</p> <p>Nous mettons tout en œuvre pour limiter les temps d’attente de nos patients. Néanmoins, dans votre situation, nos efforts n’ont pas permis de vous donner pleinement satisfaction, ce que nous déplorons.</p> <p>Nous vous proposons de nous contacter par téléphone au (.) ou par courrier électronique à l’adresse (.) afin de convenir si vous le souhaitez d’un nouveau rendez-vous.</p> <p>Bien à vous</p>
<p>Non prise en charge du patient en retard</p>	<p>Bonjour Madame/Monsieur,</p> <p>Nous vous remercions d’avoir pris le temps de donner votre avis.</p> <p>Nous comprenons que la démarche que nous mettons en œuvre au sujet des retards de nos patients puisse être source de déception, mais cela est indispensable pour limiter les retards durant la journée et ne pas défavoriser les autres patients.</p> <p>Nous vous proposons de nous contacter par téléphone au (.) ou par courrier électronique à l’adresse (.) afin de convenir si vous le souhaitez d’un nouveau rendez-vous.</p> <p>Bien à vous</p>

2. Demande de retrait des avis ou des propos

Vous pouvez en toute hypothèse, lorsque l'auteur des avis ou propos est identifié, lui adresser un e-mail ou une lettre, ou encore l'appeler pour d'une part comprendre la situation et ce qui l'a poussé à écrire cet avis ou à tenir ces propos et d'autre part lui demander de retirer sa publication.

Similairement à la réponse en ligne, il s'agit d'adopter un ton empathique et de justifier votre demande. Cette prise de contact ne doit en aucun cas être agressive ou perçue par le patient comme une menace. Le patient est en droit de ne pas retirer son commentaire, malgré vos explications.

Comme il s'agit d'un échange uniquement entre vous et le patient, et non plus en ligne, vous pouvez évoquer des éléments couverts par le secret professionnel.

c. Avis ou propos illicites

Qu'entend-on par « avis ou propos illicites » ? Il s'agit d'avis ou propos publiés qui dépasseraient les limites de la liberté d'expression et qui seraient explicitement interdits par un texte de loi. Il peut s'agir d'un délit pénal ou bien d'un fait ouvrant droit à une action sur le plan civil. Cette distinction aura une incidence sur la démarche à suivre.

En tout état de cause, seul un juge pourra définitivement établir le caractère illicite d'un avis ou de propos.

La majorité des avis laissés sur internet à propos de médecins n'excèdent pas les limites de la liberté d'expression et ne pourrait donc bénéficier des moyens d'action décrits ci-après.

3. Quels avis ou propos ?

Plusieurs cas réprimés par la loi peuvent se retrouver dans des avis ou propos tenus sur internet. Les descriptions ci-après vous permettront de faire une première analyse de votre situation au regard des textes condamnant les abus de la liberté d'expression. Tous les types d'avis ou propos illicites ne sont pas répertoriés ici, il se peut que votre cas ne soit pas mentionné mais illicite pour d'autres raisons.

Un avocat pourra vous aider à déterminer la nature des avis ou propos qui vous concernent.

❖ Injure

→ Une injure est légalement définie comme « toute expression outrageante, termes de mépris ou invective qui ne renferme l'imputation d'aucun fait »²⁰.

Il s'agit de propos de nature à porter atteinte à la dignité d'une personne déterminée ou déterminable.

Les tribunaux apprécient si la juste mesure a été dépassée en fonction du contexte, du moment (période électorale²¹), du cadre (polémiques syndicales).

L'injure commise envers les particuliers, comme les médecins, est un délit pénal puni d'une amende de 12.000 euros au maximum²², outre l'indemnisation que vous pouvez obtenir. Cette peine peut être portée à 1 an d'emprisonnement et 45.000 euros d'amende au maximum si l'injure est commise envers une personne ou un groupe de personne à raison de leur origine ou de leur appartenance ou de leur non-appartenance à une ethnie, une nation, une race ou une religion déterminée ou à raison de leur sexe, de leur orientation sexuelle ou identité de genre ou de leur handicap.

Exemples d'injures reconnues : « buse »²³, « larbin »²⁴, ou encore insultes xénophobes, racistes ou sexistes²⁵.

Autres exemples possibles : « nazi », ou « voleur » sans imputation de faits particuliers.

²⁰ [Art. 29 al.2 Loi du 29 juillet 1981 sur la liberté de la presse.](#)

²¹ [Cass. Crim. 9 décembre 2014, n°13-85401.](#)

²² [Art. 33 Loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse.](#)

²³ TGI Paris, 13 décembre 1988, *D.* 1989. IR 22.

²⁴ TGI Paris, 14 décembre 1988, *Gaz. Pal.* 1990. 1. Somm. 114.

²⁵ [Cass. crim. 30 mars 2016, n°15-83619](#) ; [Cass. crim. 7 décembre 2010, n°10-81984](#) ; TGI Paris, 6 novembre 2009, *AJ pénal* 2011. 32, obs. Royer ; Cass. crim. 26 février 1985, *RSC* 1986. 376, obs. Levasseur.

❖ Diffamation

→ Une diffamation est légalement définie comme « toute allégation ou imputation d'un fait qui porte atteinte à l'honneur ou à la considération de la personne ou du corps auquel le fait est imputé »²⁶.

Contrairement à l'injure, qui ne vise aucun événement ou aucun fait, la diffamation nécessite une imputation suffisamment précise pour être sans difficulté l'objet d'une preuve ou d'un débat contradictoire²⁷.

Les propos diffamatoires doivent viser une personne et non des idées ou des produits. Quant aux faits imputés, il peut s'agir d'infractions, d'activités illicites de toute nature ou qui, même sans être illégales, constituent des actes de déviance par rapport au comportement social généralement et communément admis, ou encore s'agissant de médecins, de manquements à leurs obligations déontologiques et éthiques.

Ne sont pas réprimés les opinions ou jugements de valeur, appréciations subjectives, considérations générales ne visant pas un acte précis, la qualité de professionnel (journaliste) ou de non professionnel (blogueur, intervenant sur un forum de discussion ou sur un réseau social, consommateur, etc.) étant prise en compte²⁸.

La diffamation est constituée quelle que soit la forme de l'expression utilisée : l'insinuation, l'interrogation, l'emploi des guillemets ou du conditionnel, la litote, même l'hypothèse peuvent caractériser l'atteinte à l'honneur ou à la considération, si la formulation conduit le lecteur à une interprétation non équivoque des propos incriminés.

La republication de propos diffamatoires est également réprimé au même titre que la première publication.

La diffamation commise envers les particuliers, comme les médecins, est un délit pénal puni d'une amende de 12.000 euros au maximum²⁹, outre l'indemnisation que vous pouvez obtenir. Cette peine peut être portée à 1 an d'emprisonnement et 45.000 euros d'amende au maximum si la diffamation est commise envers une personne ou un groupe de personne à raison de leur origine ou de leur appartenance ou de leur non-appartenance à une ethnie, une nation, une race ou

²⁶ [Art. 29 al.1 Loi du 29 juillet 1981 sur la liberté de la presse.](#)

²⁷ [Cass. civ. 1^{ère}, 4 avril 2006, n°05-14404.](#)

²⁸ [TGI Paris, 17^e ch, 13 février 2014](#) : les propos tenus par un internaute non professionnel qui, dans un forum de discussion, estime s'être fait « arnaqué et escroqué » par sa compagnie d'assurance qualifiée de « malhonnête », ne constitue pas une diffamation mais « fait référence de manière subjective au manque de diligence et d'efficacité [de l'assureur] et non à de quelconques infractions pénales qui auraient pu être commises par la personne morale. Ces propos ne contiennent donc que la critique, particulièrement vive, des prestations fournies par [l'assureur] ».

[CA Paris, pôle 2 ch.7, 15 janvier 2015](#) : l'internaute qui sur Twitter accuse l'un de ses concurrents « d'être à la limite de l'abus de bien social » ne fait « qu'exprimer une opinion personnelle, qui n'est pas constitutive de diffamation ».

[Cass. civ. 1^{ère}, 14 mai 2009, n°08-15903.](#)

Si les propos s'inscrivent dans une réflexion ou un débat sur un sujet d'intérêt général, sur un sujet de santé publique par exemple, le seuil de tolérance de la liberté d'expression est augmenté et la sévérité d'appréciation du caractère diffamatoire des propos est atténuée ([Cass. crim. 11 mars 2008, n°06-84712](#)), à condition toutefois que les imputations litigieuses reposent sur une base factuelle suffisante ([Cass. crim. 11 juin 2013, n°12-83004](#)).

²⁹ [Art. 32 Loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse.](#)

une religion déterminée ou à raison de leur sexe, de leur orientation sexuelle ou identité de genre ou de leur handicap.

Exemples de diffamations reconnues :

- inclusion d'un centre hospitalier dans la liste des deux cents établissements présentés comme devant être évités et fermés en raison de leur inaptitude à remplir leur mission de service public et de leur dangerosité envers les patients admis en urgence³⁰ ;
- imputation de percevoir, à titre privé, des honoraires occultes constituant des rémunérations indues, et de participer à un trafic commercial indigne de la profession de médecin³¹ ;
- imputation faite à des médecins visés par leur appartenance à une association, de ne chercher qu'à s'enrichir en «chassant la prime de nuit», et de privilégier leurs intérêts matériels au détriment de leur devoir déontologique et de la sécurité de leur clientèle³² ;
- conclusions déposées, insinuant que l'avocat de la partie adverse aurait obtenu un témoignage de complaisance à la suite des relations entretenues avec un témoin³³ ;
- personne « condamnée et privée de ses droits civiques »³⁴ ;
- imputation à un commerçant de vendre des produits avariés, impropres à la consommation³⁵.

Autres exemples possibles : description de la salle d'attente du cabinet médical comme étant insalubre et propice aux maladies ; attribution d'erreurs médicales à un médecin ; accusation d'avoir commis des délits ou crimes.

Absence de diffamation :

- Ne contient aucune allégation ou imputation de faits portant atteinte à l'honneur et à la considération des médecins la publicité parue dans deux journaux régionaux à l'initiative de la caisse primaire d'assurance maladie lors de la mise en service de la carte vitale, qui donne une image positive des médecins utilisant la télétransmission, et présente la carte vitale comme la fin de la prise d'otage des patients³⁶ ;
- absence de diffamation envers un restaurant pour la qualification par une critique culinaire d'un repas de « descente aux enfers »³⁷ ;
- imputation d'une infidélité conjugale³⁸.

³⁰ [Cass. civ. 2^{ème}, 30 septembre 1998, n°97-10280.](#)

³¹ [Cass. crim. 6 décembre 1994, n°92-86239.](#)

³² TGI Paris, 13 mars 1998, *Gaz. Pal.* 1998. 2. Somm. 552.

³³ [Cass. civ. 2^{ème}, 8 avril 2004, n°01-12638.](#)

³⁴ Cass. crim. 18 janvier 1950: *Bull. crim.* n° 18.

³⁵ [Cass. crim. 24 septembre 1996, n°94-84909.](#)

³⁶ TGI Nancy, 24 janvier 2006, *JCP* 2007. IV. 1105.

³⁷ [Cass. civ. 2^{ème}, 23 janvier 2003, n°01-12848.](#)

³⁸ [Cass. Civ. 1^{ère}, 17 décembre 2015, n°14-29549.](#)

❖ **Incitation à la discrimination, la haine ou la violence**

Ce délit³⁹ est constitué par une provocation publique, sur internet par exemple, à la discrimination, à la haine ou à la violence à l'égard d'une personne ou d'un groupe de personnes à raison de :

- leur origine ou de leur appartenance ou de leur non-appartenance à une ethnie, une nation, une race ou une religion déterminée ;
- leur sexe, de leur orientation sexuelle ou identité de genre ou de leur handicap.

Le propos, tant par son sens que par sa portée, doit tendre à susciter un sentiment d'hostilité ou de rejet à l'égard d'une personne ou d'un groupe de personnes déterminé, par exemples les immigrés⁴⁰. L'incitation à la discrimination, la haine ou la violence se différencie de l'injure par la volonté de convaincre d'autres personnes, alors que l'injure vise à blesser la personne.

L'incitation à la discrimination, la haine ou la violence est un délit puni d'un an d'emprisonnement et de 45.000 euros d'amende au maximum⁴¹, outre l'indemnisation que vous pouvez obtenir.

L'incitation sur internet à la violence envers une personne ou à la destruction d'un lieu ou de biens qui serait dangereuse pour des personnes est également réprimée par une peine maximale de 5 ans d'emprisonnement et 45.000 euros d'amende⁴², outre l'indemnisation que vous pouvez obtenir.

Exemples de provocations : incitations à boycotter un médecin en raison de son appartenance à une ethnie, une nation, un genre, etc.

Absence de provocation : « culture du mensonge et de la dissimulation » à propos d'une nation, sans véritable appel ni exhortation à la violence à l'encontre de ladite nation⁴³.

³⁹ [Art. 24 Loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse.](#)

⁴⁰ [Cass. crim. 24 juin 1997, n°95-81187.](#)

⁴¹ [Art. 24 Loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse.](#)

⁴² [Art. 24 Loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse.](#)

⁴³ [Cass. crim. 8 novembre 2011, n°09-88007.](#)

❖ **Dénigrement**

→ Le dénigrement consiste à jeter le discrédit sur les produits ou services ou les prestations d'une personne identifiable⁴⁴ et permet d'engager la responsabilité de son auteur pour obtenir une indemnisation⁴⁵.

Il faudra prouver le dommage causé par la publication des propos dénigrant afin d'obtenir une indemnisation. Ce dommage peut être constitué par la perte de patients suite aux actions de dénigrement, ce qu'il faudra justifier.

De manière générale, la différence avec la diffamation tient, pour l'essentiel, à ce qu'ici ce sont les produits et services fournis qui sont l'objet des avis ou propos en cause, tandis que pour la diffamation c'est le professionnel lui-même qui est visé⁴⁶. S'agissant d'un médecin en exercice libéral, la distinction entre la critique de ses services et de sa personne peut paraître ténue. Un avocat pourra vous conseiller utilement.

Le dénigrement n'est pas un délit pénal et n'est donc pas puni d'une amende, en plus de l'indemnisation que vous pouvez obtenir.

Exemples de dénigrements : un médecin se fait traiter de moins compétent qu'un autre sur Internet et voit ses compétences professionnelles et ses diagnostics remis en question ; un concurrent professionnel publie des avis et des commentaires négatifs sur un médecin sous l'apparence de vrais clients ; un internaute critique publiquement les pratiques d'un médecin sur plusieurs forums.

⁴⁴ [Cass. com. 19 juin 2001, n°99-13870.](#)

⁴⁵ [Art. 1240 Code civil ; Cass. civ. 1^{ère}, 20 septembre 2012, n°11-20963.](#)

⁴⁶ [Cass. Civ 1^{ère}, 20 septembre 2012, n°11-20963.](#)

❖ Vie privée

Le principe du droit au respect de sa vie privée⁴⁷ renferme tant le respect de l'intimité d'une personne que le respect de son droit à l'image, en prohibant la publication d'informations d'ordre personnel sur une personne ou d'images d'une personne identifiable⁴⁸ sans son autorisation préalable⁴⁹.

L'atteinte à la vie privée n'est pas un délit pénal. En revanche, l'enregistrement d'images ou de paroles dans un lieu privé réalisé à l'insu de la personne, et publié par la suite, est un délit puni d'un an d'emprisonnement et de 45.000 euros d'amende au maximum, outre l'indemnisation que l'auteur pourrait devoir⁵⁰.

Exemples d'atteintes à la vie privée : révélation d'une maladie⁵¹ du médecin ou de sa vie sentimentale ; publication de photos, vidéos ou enregistrements audio pris à son insu ou non autorisés sur internet.

4. Quelles actions ?

Vous disposez de différents moyens d'actions face à la publication d'un avis ou de propos considérés « illicites ». Ces moyens se décomposent en paliers, allant d'une voie à l'amiable (paliers 1 à 3) à une voie judiciaire, nécessitant l'assistance d'un avocat, obligatoire dans certains cas et fortement conseillée en toute hypothèse (paliers 4 et 5).

Avant toute chose, il est essentiel de conserver la preuve de la publication en cause, en réalisant immédiatement des captures d'écran globales. Un constat d'huissier devra néanmoins être réalisé si vous envisagez une voie judiciaire afin d'obtenir une indemnisation en plus de la suppression de la publication (cf. palier 3).

Vous devez ensuite immédiatement avertir votre assurance de responsabilité professionnelle qui vous assistera dans vos démarches, si vous bénéficiez de la garantie adéquate.

Une issue amiable peut être obtenue à tout moment, même si une voie judiciaire a été amorcée.

⁴⁷ [Art. 9 Code civil.](#)

⁴⁸ [Cass. civ. 1^{ère} 21 mars 2006 n°05-16817](#) : « A défaut de possibilité d'identification de la personne représentée, l'atteinte à la vie privée et à l'image n'est pas constituée ».

⁴⁹ [Cass. crim. 20 octobre 1998 n°97-84621](#) : « La fixation de l'image d'une personne, vivante ou morte, sans autorisation préalable des personnes ayant pouvoir de l'accorder est prohibée ».

⁵⁰ [Art. 226-1 Code pénal.](#)

⁵¹ CA Paris 9 juillet 1980, D. 1981, jurisprudence.

❖ **Palier 1 : signalement à l'éditeur ou à l'hébergeur**

Les éditeurs de sites internet prévoient en général un dispositif de signalement d'avis ou de propos abusifs. Vous pouvez vous-même signaler un avis ou des propos que vous considérez comme dépassant les limites de la liberté d'expression et pouvant constituer une atteinte réprimée par la loi (cf. §III.C.1.).

Il vous est également possible d'effectuer ce signalement auprès des hébergeurs qui doivent mettre en place une fonctionnalité de signalement pour les contenus abusifs et graves⁵².

Ce signalement doit mener à la suppression des avis ou propos en cause par l'éditeur ou l'hébergeur, sauf à ce qu'il estime le signalement infondé. S'il a commis une erreur dans son appréciation, il sera possible de rechercher sa responsabilité et donc une indemnisation, dans le cadre de procédures judiciaires.

Attention, le signalement abusif d'avis ou propos est sanctionné.

Éditeurs, hébergeurs, qui sont-ils ?

L'éditeur est une personne ou une société qui publie, c'est-à-dire qui met à disposition du public, des pages sur internet.

L'hébergeur est une société (rarement une personne) qui met à disposition d'éditeurs des espaces de stockage pour leurs sites internet sur des serveurs informatiques, situés dans les locaux de l'hébergeur.

❖ **Palier 2 : mise en demeure ou notification**

➤ **Mise en demeure de l'auteur ou de l'éditeur**

Afin d'obtenir la suppression d'avis ou propos publiés sur internet, il est toujours possible de mettre en demeure l'auteur de l'avis ou des propos, s'il est identifié, ou l'éditeur du site internet sur lequel ces avis ou propos sont publiés. Il s'agit d'une demande formelle de supprimer la publication en cause sur le fondement d'un texte juridique, tels que ceux mentionnés au paragraphe III. C. 1.

⁵² [Art. 6-I 7° Loi n°2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique.](#)

Cette mise en demeure se distingue de la demande amiable de retrait des avis ou propos non illicites, mentionnée au paragraphe III. B. 2., qui ne s'appuie pas sur un texte répressif mais sur une volonté d'échange et de compréhension du patient.

L'identité et les coordonnées de l'éditeur sont indiquées dans les mentions légales, que vous trouverez le plus souvent tout en bas de la page internet. En cherchant sur le site internet Infogreffe, vous devez retrouver les coordonnées de toute société.

Cette mise en demeure doit être effectuée, par lettre recommandée avec avis de réception, et contenir :

- tout ou partie de l'avis ou des propos dont il est demandé la suppression ;
- l'emplacement du contenu, notamment en indiquant le lien URL de la page internet ;
- les raisons de la demande de suppression, notamment les droits auxquels il est porté atteinte et le fondement juridique (il s'agit ici d'indiquer si l'avis ou les propos caractérisent selon vous une injure, une diffamation, un dénigrement, une atteinte à votre vie privée ou encore une provocation à la discrimination, à la haine ou à la violence et les textes détaillés au §III.C.1.) ;
- la mention selon laquelle il s'agit d'une lettre de mise en demeure ;
- le délai dans lequel la suppression est demandée, lequel doit être raisonnable (7 ou 14 jours calendaires en l'occurrence paraît raisonnable, mais seul un juge pourrait trancher ce point) ;
- la date et votre signature.

Si la page sur laquelle le contenu dont il est demandé la suppression est bien référencée sur les moteurs de recherche, il est recommandé de demander dans la lettre de mise en demeure à l'éditeur la désindexation volontaire dudit contenu sur les principaux moteurs de recherche, notamment Google et Bing.

En cas de refus de l'auteur ou de l'éditeur ou en absence de réponse à votre demande, vous pouvez également exercer votre droit au déréférencement directement auprès des moteurs de recherche (cf. II. B.).

En cas de refus de l'auteur ou de l'éditeur de supprimer les avis ou propos illicites, en réponse à votre mise en demeure, vous ne pouvez pas réaliser une notification à l'hébergeur mais avez la possibilité d'agir judiciairement (cf. Palier 4).

➤ **Notification à l'hébergeur**

Si l'auteur ou l'éditeur des avis ou propos illicites n'a pas répondu à la lettre de mise en demeure, ou si l'auteur et l'éditeur ne sont pas identifiés, vous pouvez adresser une notification à l'hébergeur du site internet, c'est-à-dire le prestataire technique qui met à disposition des internautes le site internet édité par un tiers.

L'hébergeur est en général indiqué dans les mentions légales, que vous trouverez le plus souvent tout en bas de la page internet, ou à défaut via une recherche « whois » sur le nom de domaine du site⁵³.

La notification est adressée par lettre recommandée avec avis de réception et doit contenir les éléments suivants⁵⁴ :

- la date de notification ;
- les éléments permettant votre identification ;
- les éléments d'identification du destinataire de la notification, l'hébergeur ;
- la description des faits litigieux et leur localisation précise ;
- les motifs pour lesquels les contenus doivent être retirés comprenant la mention des dispositions légales et des justifications de fait (il s'agit ici d'indiquer si l'avis ou les propos caractérisent selon vous une injure, une diffamation, un dénigrement, une atteinte à votre vie privée ou encore une provocation à la discrimination, à la haine ou à la violence et les textes détaillés au §III.C.1.) ;
- la copie de la correspondance adressée à l'auteur ou à l'éditeur des avis ou propos en cause demandant leur interruption, leur retrait ou leur modification, ou la justification de ce que l'auteur ou l'éditeur n'a pu être contacté.

En conséquence, l'hébergeur devra retirer « promptement » les avis ou propos en cause, faute de quoi sa responsabilité civile ou pénale pourra être engagée lors d'une action judiciaire où le caractère « manifestement » illicite⁵⁵ des propos sera retenu.

L'hébergeur ne doit retirer les avis ou propos que si leur caractère manifestement illicite est établi et donc qu'il a suffisamment été démontré dans la notification⁵⁶. Le non-respect des conditions de fond et de forme de la notification peut permettre d'écarter la responsabilité de l'hébergeur⁵⁷.

En cas de refus de l'hébergeur ou en absence de réponse à votre demande, vous pouvez également exercer votre droit au déréférencement auprès des moteurs de recherche (cf. II. B.).

En cas de refus de l'hébergeur de supprimer les avis ou propos illicites, en réponse à votre mise en demeure, vous avez la possibilité d'agir judiciairement (cf. Palier 4).

Via notamment :

⁵³ www.afnic.fr/fr/produits-et-services/services/whois/ ; www.gandi.net/whois?lang=fr ; www.whois-raynette.fr/ , etc.

⁵⁴ [Art. 6-I.5° Loi n°2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique.](#)

⁵⁵ [Conseil constitutionnel, décision n°2004-496 DC du 10 juin 2004.](#)

⁵⁶ [CA Paris, 14^e chambre section A, 12 décembre 2007.](#)

⁵⁷ [TGI Paris, référé, 29 octobre 2007.](#)

❖ *Palier 3 : constituer une preuve*

Si vous envisagez d'agir contre des avis ou propos illicites publiés sur internet et afin d'anticiper une procédure judiciaire en cas d'échec des voies amiables, vous devez faire constater immédiatement par huissier ces avis ou propos. La réalisation d'un constat par un huissier est payante.

En effet, devant les juridictions civiles ou pénales, de simples copies d'écran ne seront pas suffisantes pour prouver la publication d'avis ou propos en cause, surtout en cas de contestation⁵⁸.

Si vous souhaitez obtenir une indemnisation pour cette publication (cf. Palier 5) et si les avis ou propos sont supprimés avant qu'un constat d'huissier soit établi, vous ne pourrez plus alors apporter la preuve de la publication devant les tribunaux et obtenir une indemnisation.

Le procès-verbal de constat doit être réalisé dans le respect des impératifs techniques suivants :

- description du type d'ordinateur, du système d'exploitation et du navigateur utilisés
- indication de l'adresse IP de l'ordinateur
- description du mode de connexion au réseau internet
- vérification et indication que l'ordinateur n'était pas connecté à un serveur proxy
- vidage de la mémoire cache de l'ordinateur, de l'historique des saisies, des cookies et de la corbeille
- synchronisation de l'horloge interne
- vérification que les pages litigieuses aient été effectivement les premières visitées après ces opérations

❖ *Palier 4 : action judiciaire en vue de la suppression des avis ou propos*

En cas d'échec de la mise en demeure de l'auteur ou de l'éditeur ou de la notification à l'hébergeur, vous pouvez décider d'agir judiciairement en vue d'obtenir la suppression des avis ou propos en cause rapidement.

S'agissant de procédures judiciaires particulières et complexes, l'assistance d'un avocat est fortement recommandée si vous envisagez une voie judiciaire. En outre, la deuxième procédure évoquée au présent paragraphe, celle de requête, nécessite l'assistance obligatoire d'un avocat.

⁵⁸ [TGI Paris, 17^e chambre, 10 avril 2013.](#)

Deux options s’offrent à vous et pourront être examinées avec l’aide de votre avocat. Il s’agit dans les deux cas de procédures qui permettront d’avoir une décision rapidement :

- Lorsque l’auteur ou l’éditeur est identifié, via les mentions légales tout en bas de la page internet en général, et après l’échec ou en l’absence d’une mise en demeure, **une procédure de référé**⁵⁹ dirigé contre **l’auteur ou l’éditeur** peut être engagée devant le Président du Tribunal de grande instance afin d’obtenir la suppression des avis ou propos en cause, pour l’éditeur, la désindexation volontaire des principaux moteurs de recherche de ces avis ou propos et l’obtention d’une provision à valoir sur dommages et intérêts, si un préjudice est démontré. Une assignation en référé (par opposition aux actions au fond décrites dans le palier 5) doit être adressée à l’auteur ou l’éditeur qui pourra présenter ses arguments devant le juge. La décision résultant de la procédure de référé est une décision temporaire et doit donc en théorie être suivie d’une procédure « au fond » (cf. palier 5).
- Lorsque l’auteur ou l’éditeur n’est pas identifié, et après l’échec ou en l’absence d’une notification à l’hébergeur, **une procédure de requête**⁶⁰ peut être réalisée devant le Président du Tribunal de grande instance afin d’obtenir une ordonnance enjoignant **l’hébergeur** à communiquer les données d’identification de l’auteur ou de l’éditeur, à supprimer les avis ou propos en cause et à mettre en place des mesures de surveillance ciblées et temporaires. Dans le cas d’une requête, aucune assignation n’est adressée à l’hébergeur qui n’est pas informé de la procédure. C’est avec la décision du juge, que vous ou votre avocat pourra exiger de l’hébergeur la suppression et l’identification de l’auteur ou de l’éditeur. Si l’hébergeur ne peut communiquer qu’une adresse IP de l’auteur des avis ou propos en cause, une nouvelle requête auprès du fournisseur d’accès à internet devra être présentée pour connaître l’identité de la personne ayant publié.

Il est conseillé d’agir vite, en effet, les hébergeurs et les fournisseurs d’accès à internet établis en France ne conservent les données d’identification sur leurs utilisateurs que pendant un an⁶¹.

⁵⁹ [Art. 6-I 8° Loi n°2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l’économie numérique](#) ; [art. 809 du Code de procédure civile](#) ; [art. 873 du Code de procédure civile](#) ; [art. 50-1 Loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse](#) ; [art. 9 Code civil](#).

⁶⁰ [Art. 6-II al.3 et 6-I 8° Loi n°2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l’économie numérique](#).

⁶¹ [Décret n°2011-219 du 25 février 2011 relatif à la conservation et à la communication des données permettant d’identifier toute personne ayant contribué à la création d’un contenu mis en ligne](#).

❖ **Palier 5 : action judiciaire en vue de la suppression des avis ou propos et d'une indemnisation**

Dans le palier 4, les actions envisagées visaient à la suppression des avis ou propos en cause rapidement. Si vous souhaitez obtenir une indemnisation en sus de la suppression des avis ou propos en cause, vous devez exercer d'autres types d'actions en justice dirigés contre l'auteur, l'éditeur ou l'hébergeur.

Là encore, l'assistance d'un avocat est fortement recommandée, au regard de la complexité de ces procédures judiciaires. L'assistance n'est cependant obligatoire que pour les actions devant le Tribunal de grande instance (dénigrement, atteinte à la vie privée).

➤ **Injure, diffamation, provocation à la discrimination, à la haine ou à la violence**

Dans l'hypothèse d'une injure⁶², d'une diffamation⁶³ ou d'une provocation à la discrimination, à la haine ou à la violence⁶⁴, vous avez la possibilité, en tant que personne visée par les avis ou les propos illicites, d'agir contre leur auteur et/ou contre l'éditeur ou l'hébergeur du site internet⁶⁵, s'il n'a pas supprimé les avis ou propos illicites alors qu'il en avait connaissance.

Vous devez opter pour l'une de ces trois actions :

- dépôt d'une plainte avec constitution de partie civile auprès du Doyen des juges d'instruction (si l'auteur n'est pas identifié) ;
- citation directe devant le tribunal correctionnel (si l'auteur des propos est identifié) ;
- assignation devant le tribunal de grande instance (si vous souhaitez simplement une indemnisation sans condamnation pénale de l'auteur).

⁶² [Art. 29 al.2 Loi du 29 juillet 1981 sur la liberté de la presse.](#)

⁶³ [Art. 29 al.1 Loi du 29 juillet 1981 sur la liberté de la presse.](#)

⁶⁴ [Art. 24 al.7 et 8 Loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse.](#)

⁶⁵ [Art. 42 Loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse ; art. 93-3 Loi n°82-652 du 29 juillet 1982 sur la communication audiovisuelle.](#)

Attention, il faut agir dans un délai très court, qui commence à la date de la publication des avis ou propos, en général datés avec plus ou moins de précision⁶⁶ :

- 3 mois pour les infractions de diffamation et d'injure publiques⁶⁷ ;
- 1 an pour les infractions de diffamation et d'injure publiques envers une personne ou un groupe de personnes à raison de leur origine ou de leur appartenance ou de leur non-appartenance à une ethnie, une nation, une race ou une religion déterminée, de leur sexe, de leur orientation sexuelle ou identité de genre ou de leur handicap⁶⁸ ;
- 1 an pour les infractions de provocation à la discrimination, à la haine ou à la violence à l'égard d'une personne ou d'un groupe de personnes à raison de leur origine ou de leur appartenance ou de leur non-appartenance à une ethnie, une nation, une race ou une religion⁶⁹.

Par ailleurs, une consignation, une somme d'argent que vous versez au début du procès, vous sera demandée. Celle-ci vous sera restituée, à moins que vos demandes soient manifestement dénuées de fondement ou abusives.

➤ **Dénigrement**

Dans l'hypothèse d'avis ou propos considérés comme un **dénigrement** de votre activité, vous avez la possibilité d'agir en responsabilité civile contre l'auteur des avis ou propos en cause, par une assignation devant le Tribunal de grande instance⁷⁰. Il est nécessaire d'établir que la publication vous a causé un préjudice certain, afin d'obtenir une indemnisation et la suppression des avis ou propos en cause. Il est nécessaire d'agir dans un délai de 5 ans à compter de la publication des propos dénigrants⁷¹. Selon les cas, la responsabilité de l'éditeur ou de l'hébergeur peut également être recherchée.

Si l'auteur n'est pas identifié, il est possible d'en obtenir l'identification auprès de l'hébergeur au moyen d'une requête (cf. palier 4).

⁶⁶ [Cass. crim. 30 janvier 2001, n°00-83004](#). Le délai doit en outre être interrompu régulièrement, ce à quoi doit veiller votre avocat. Le délai se calcule de quantième en quantième et non en période de 30 jours, non compris le jour de l'infraction. Le délai expirant un jour férié n'est pas susceptible de report au premier jour ouvrable suivant (article 642 du Code de procédure civile inapplicable).

⁶⁷ [Art. 65 Loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse](#).

⁶⁸ [Art. 65-3 Loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse](#).

⁶⁹ [Art. 65-3 Loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse](#).

⁷⁰ [Art. 1240 Code civil](#).

⁷¹ [Art. 2224 Code civil](#).

➤ Atteinte à la vie privée

Dans l'hypothèse d'avis ou propos portant **atteinte à votre vie privée ou à votre droit à l'image**⁷², vous avez la possibilité d'agir en responsabilité civile contre l'auteur, par une assignation devant le tribunal de grande instance, ce qui suppose d'établir que l'atteinte à votre vie privée vous a causé un préjudice certain. Vous avez 5 ans pour agir à compter de la publication⁷³. Selon les cas, la responsabilité de l'éditeur ou de l'hébergeur peut également être recherchée.

Si un enregistrement d'images ou de paroles vous concernant a été réalisé à votre insu au sein de votre cabinet par exemple, et publié par la suite, vous avez la possibilité de porter plainte auprès du procureur de la République si l'auteur de l'infraction n'est pas identifié ou d'agir par citation directe devant le tribunal correctionnel si l'auteur de l'infraction est identifié⁷⁴. Vous avez 6 ans pour agir à compter de la publication⁷⁵.

IV. Possibilités d'action du Conseil de l'ordre des médecins ?

Le CNOM a souhaité publié le présent guide pratique afin d'accompagner les médecins dans leur gestion de leur e-réputation et de leur donner les outils juridiques pour réagir face aux atteintes.

Les possibilités d'actions judiciaires du Conseil de l'Ordre des médecins sont en effet assez limitées, l'Ordre pouvant agir dans les cas suivants⁷⁶ :

- faits portant **préjudice direct ou indirect à l'intérêt collectif** de la profession de médecin : l'Ordre peut agir contre des propos portant atteinte à l'ensemble de la profession, mais ne peut demander en justice la fermeture de sites de notation ou d'avis relatifs à des médecins, ces sites étant légaux.
- **menaces ou violences** commises en raison de l'appartenance à la profession de médecin : les notions de menaces ou de violences sont larges mais ne permettent pas d'englober toutes les atteintes ou infractions commises envers un médecin en particulier.

Le CNOM peut par ailleurs agir en cas d'atteinte à sa propre e-réputation.

⁷² [Art. 9 Code civil](#) ; [art. 1240 Code civil](#).

⁷³ [Art. 2224 Code civil](#).

⁷⁴ [Art. 226-1 Code pénal](#).

⁷⁵ [Art. 8 Code de procédure pénale](#).

⁷⁶ [Art. L.4122-1 du Code de la santé publique](#).

V. Obligations des plateformes d'avis en ligne ou des moteurs de recherche ?

Enfin, sachez que les sites internet sont soumis à des obligations d'information des consommateurs⁷⁷, qui peuvent ainsi réaliser leurs choix en connaissance de cause.

Les moteurs de recherche, les réseaux sociaux, mais également les plateformes d'intermédiation entre professionnels et patients consommateurs ont une obligation de délivrance d'une information⁷⁸ :

- claire, c'est-à-dire permettant au consommateur de comprendre sans difficulté la teneur des informations communiquées rédigées de manière lisible ;
- loyale, c'est-à-dire écartant toute information qui aurait pour effet ou pour but de tromper le consommateur ;
- transparente, c'est-à-dire permettant au consommateur de bénéficier d'une information complète et de faire des choix éclairés en conséquence.

Ces sites doivent notamment :

- Fournir les conditions générales d'utilisation du service d'intermédiation qu'il propose et sur les modalités de référencement, de classement et de déréférencement des contenus, des biens ou des services auxquels ce service permet d'accéder ;
- Informer sur l'existence d'une relation contractuelle, d'un lien capitalistique ou d'une rémunération à son profit, dès lors qu'ils influencent le classement ou le référencement des contenus, des biens ou des services proposés ou mis en ligne ;
- Informer sur la qualité de l'annonceur et les droits et obligations des parties en matière civile et fiscale, lorsque des consommateurs sont mis en relation avec des professionnels ou des non-professionnels.

⁷⁷ « Consommateur » est le terme employé par la loi.

⁷⁸ [Art. L.111-7 du Code de la consommation.](#)

Les sites d'avis en ligne⁷⁹ doivent en outre indiquer de manière claire et visible⁸⁰ :

- A proximité des avis :
 - L'existence ou non d'une procédure de contrôle des avis ;
 - La date de publication de chaque avis, ainsi que celle de l'expérience de consommation concernée par l'avis ;
 - Les critères de classement des avis parmi lesquels figure le classement chronologique.

- Dans une rubrique spécifique facilement accessible :
 - L'existence ou non de contrepartie fournie en échange du dépôt d'avis ;
 - Le délai maximum de publication et de conservation d'un avis.
 - S'ils exercent un contrôle sur les avis, les caractéristiques de ce contrôle, la possibilité de contacter l'auteur de l'avis le cas échéant, la possibilité et les modalités de modification d'un avis, le cas échéant, et les motifs justifiant un refus de publication de l'avis.

Ces sites doivent en outre mettre en place une fonctionnalité gratuite permettant aux professionnels concernés de signaler en le justifiant un doute sur l'authenticité d'un avis⁸¹.

Si vous constatez un défaut d'information de ces sites, vous pouvez le signaler à l'autorité compétente : la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF).

Tout manquement à ces obligations d'information est passible d'une amende administrative dont le montant ne peut excéder 75 000 euros pour une personne physique et 375 000 euros pour une personne morale⁸².

⁷⁹ [Art. D.111-16 du Code de la consommation](#). Un avis en ligne est défini comme « l'expression de l'opinion d'un consommateur sur son expérience de consommation grâce à tout élément d'appréciation qu'il soit qualitatif ou quantitatif. L'expérience de consommation s'entend que le consommateur ait ou non acheté le bien ou le service pour lequel il dépose un avis ». Ne sont pas considérés comme des avis « les parrainages d'utilisateurs, les recommandations par des utilisateurs d'avis en ligne, ainsi que les avis d'experts. ».

⁸⁰ [Art. D111-17 et 18 du Code de la consommation](#).

⁸¹ [Art. L.111-7-2 du Code de la consommation](#).

⁸² [Art. L131-4 du Code de la consommation](#).