

“FACEBOOK ET TWITTER SONT OBSERVÉS AVEC MÉFIANCE.”

LES RÉSEAUX SOCIAUX SONT-ILS ZONE PUBLIQUE OU PRIVÉE, ÉMETTEUR D'UNE DIFFUSION OU DE COMMUNICATION...? EN POLITIQUE LES MOTS PRENNENT UNE ACCEPTION PARTICULIÈRE. LA LOI ACTUELLE N'Y RÉPOND QUE PARTIELLEMENT. EXPLICATIONS.

CBN : La loi Rocard interdit de communiquer six mois avant le scrutin. Cela s'applique-t-il aux sites internet ?

Alain Bensoussan : Non, comme pour les permanences politiques des partis qui peuvent être ouvertes jusqu'à la dernière seconde du vote. Leur site web est dans la même situation, car il n'y a pas de communication publique au sens propre du terme dans la mesure où le site n'est accessible qu'aux électeurs se connectant volontairement (CE, 8 juillet 2002). C'est la même situation pour les blogs, dans la mesure où, comme pour le site, il faut aller voir. Ce n'est pas du "push".

CBN : Le même raisonnement s'applique-t-il aux réseaux sociaux ?

Alain Bensoussan : Oui. Facebook et Twitter sont une zone publique, cela a été jugé à plusieurs reprises, mais cela dépend toutefois de la manière dont le « mur » a été paramétré. Sur Facebook, on a une « communication » publique, mais on ne diffuse pas. En quelque sorte, on affiche une pancarte sur la porte de sa maison. C'est une information publique, mais non diffusée. Ou si elle est diffusée, elle l'est de façon déterminée de 1 à 1 ; ce n'est pas un média qui « push » de 1 à n.

CBN : Mais il s'agit malgré tout de communication ?

Alain Bensoussan : Il n'est pas interdit en période électorale de recommander à tous ses amis de voter pour untel ! Ce n'est pas une communication publicitaire, car

elle n'est pas publique. C'est pareil pour Twitter, les followers ne sont pas le public.

CBN : Vous dites pourtant que ces réseaux sont une zone publique ?

Alain Bensoussan : Il y a une distinction entre « zone publique » et « communication au public », qui suppose, pour ce dernier, un élément ouvert, et non restreint comme Facebook. Ce réseau est une zone publique, certes, mais avec une audience restreinte à un groupe fermé (les amis).

CBN : On peut donc se servir des réseaux pour affirmer ses opinions politiques pendant tout le scrutin ?

Alain Bensoussan : Pas si sûr ! Facebook et Twitter sont observés avec méfiance. Car en droit, la communication au public se définit par opposition à tout ce qui n'est pas de la correspondance privée. En fait, peu importe la nature de la zone, ce qui compte, c'est la notion de mise à disposition du public. Et sur Facebook il y a deux types de zone, public et privé.

CBN : On prend alors un risque à communiquer sur Facebook ?

Alain Bensoussan : Oui, car c'est de la communication au public et non des messages privés. La communication sur Facebook à un groupe d'amis par le biais de son mur ou sur son mur pourrait ne pas être considérées comme de la correspondance privée.



Alain Bensoussan est avocat à la Cour d'appel de Paris et fondateur du cabinet éponyme. Il fait partie des grands experts du droit des technologies avancées.

CBN : La communication, arborescente, à un très grand nombre d'amis ne peut-elle pas être considérée comme de la diffusion ?

Alain Bensoussan : Effectivement, il y a un risque. Quand j'envoie un message, je communique, je ne diffuse pas. Toute diffusion est communication, mais pas l'inverse. Sauf à considérer que lorsque j'envoie un message à tous mes amis, je le diffuse ! Toute personne qui considère que le texte de la loi Rocard s'applique pourrait alors saisir le juge de la régulation. Mais un parti politique qui déciderait d'une telle action prendrait le risque d'attirer des réactions très négatives. Par ailleurs, le décompte du temps s'applique sur des médias de diffusion limitée. Ce décompte n'a pas de sens s'agissant de médias dont l'utilisation est infinie, et vouloir en restreindre l'utilisation reviendrait à restreindre la liberté d'expression. Il faudrait vraiment que la loi soit plus claire ! ■

Recueilli par
BERTRAND GAUTHEY