Comment protéger son E-réputation ?

À l'heure où une simple publication peut être partagée en quelques secondes, la réputation en ligne est un véritable patrimoine tant pour les particuliers que pour les entreprises. Faux avis, commentaires diffamatoires, usurpation d'identité, republication de vos contenus sur un compte tiers, cyberharcèlement ou diffusion d'informations personnelles… l'image d'une personne physique, d'une entreprise ou d'une institution se construit et se diffuse mais peut aussi s'entacher en temps réel. Quels sont les risques ? Quels sont vos recours ? Et comment le commissaire de justice peut-il sécuriser la preuve d'une atteinte à votre réputation en ligne ? Nos éléments de réponse.

Publication légale Depuis le 1er janvier 2021, la Chambre nationale des commissaires de justice (CNCJ) doit assurer la publicité de certains mouvements impactant les offices qui ne font plus l'objet d'un arrêté du garde des Sceaux (art. 7-1 D. 2018-872 du 9 octobre 2018)

COMMISSAIRES DE JUSTICE
CHAMBRE NATIONALE

Publication légale Depuis le 1er janvier 2021, la Chambre nationale des commissaires de justice (CNCJ) doit assurer la publicité de certains mouvements impactant les offices qui ne font plus l'objet d'un arrêté du garde des Sceaux (art. 7-1 D. 2018-872 du 9 octobre 2018)

Qu'est-ce que l'e-réputation ?

L'**e-réputation**, aussi appelée **réputation en ligne** ou **réputation numérique**, désigne l'image qu'une personne, une entreprise, une association ou une institution renvoie sur Internet.
Elle se construit au fil des contenus accessibles en ligne :

- avis clients ;
- publications sur les réseaux sociaux ;
- commentaires ;
- articles de presse ;
- vidéos ;
- photographies ;
- forums de discussion ;
- blogs ;
- résultats affichés par les moteurs de recherche.

Contrairement à une réputation traditionnelle, l'e-réputation évolue en permanence. Un contenu publié il y a plusieurs années peut continuer à apparaître dans les résultats de recherche et influencer durablement la perception d'un particulier, d'un employeur, d'un client, d'un partenaire commercial.

Aujourd'hui, l' e-réputation constitue un véritable actif. Pour une entreprise, elle peut conditionner l'acquisition ou la fidélisation d'une clientèle. Pour un particulier, elle peut avoir des conséquences sur une recherche d'emploi, une candidature ou une activité professionnelle.

À savoir : La réputation numérique est également liée à la maîtrise des contenus publiés en ligne. Lorsqu'une photographie, une création ou une vidéo est réutilisée sans autorisation, des questions de propriété intellectuelle peuvent se poser. Retrouvez à ce sujet notre article consacré à l'utilisation sans autorisation de contenus par d'autres comptes.

Pourquoi protéger son e-réputation est devenu indispensable ?

Internet offre une formidable liberté d'expression. Mais cette liberté s'accompagne également de risques. Les contenus publiés en ligne peuvent être copiés, partagés, archivés ou diffusés très rapidement. En quelques heures, une publication peut être consultée par plusieurs milliers de personnes.

Par exemple, pour une entreprise une atteinte à l'e-réputation peut entraîner par ricochets :

- une dégradation de l'image d'une entreprise ;
- une perte de clientèle ;
- une baisse du chiffre d'affaires ;
- une perte de confiance des partenaires ;
- une rupture de relations commerciales ;
- des difficultés de recrutement.

Publication légale Depuis le 1er janvier 2021, la Chambre nationale des commissaires de justice (CNCJ) doit assurer la publicité de certains mouvements impactant les offices qui ne font plus l'objet d'un arrêté du garde des Sceaux (art. 7-1 D. 2018-872 du 9 octobre 2018)

Ces situations concernent aussi bien les grandes entreprises que les artisans, commerçants, professions libérales, élus, associations.

Quelles sont les principales atteintes à l’e-réputation ?

Les atteintes à la réputation en ligne prennent aujourd’hui de nombreuses formes. Certaines relèvent du droit de la presse, d’autres du droit civil, du droit pénal ou encore de la réglementation européenne sur les données personnelles.

La diffamation en ligne

En savoir plus

La **diffamation** en ligne constitue l’une des atteintes les plus fréquentes à l’e-réputation.

L’article 29 de la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse définit la diffamation comme : « Toute allégation ou imputation d’un fait portant atteinte à l’honneur ou à la considération de la personne. »

Une publication Facebook, un article de blog, un commentaire sur un forum ou un message publié sur un réseau social peuvent ainsi constituer une diffamation lorsqu’ils imputent des faits précis susceptibles de porter atteinte à la réputation d’une personne ou d’une entreprise.

Les conséquences peuvent être importantes, notamment lorsque ces contenus sont largement partagés ou référencés par les moteurs de recherche.

À noter : La diffusion d’informations fausses ou trompeuses peut également soulever des difficultés particulières. Pour approfondir ce sujet, consultez notre article sur les fake news, la désinformation et l’établissement de la preuve

Les injures et propos outrageants

En savoir plus

Toutes les atteintes à la réputation ne constituent pas une diffamation.
Des insultes, invectives ou propos méprisants publiés en ligne peuvent relever de **l’injure publique**, également réprimée par la loi du 29 juillet 1881.
Même lorsqu’aucun fait précis n’est reproché à la victime, ces publications peuvent gravement nuire à son image, notamment sur les réseaux sociaux où leur diffusion est souvent très rapide.

Les faux avis négatifs et le dénigrement commercial

Publication légale Depuis le 1er janvier 2021, la Chambre nationale des commissaires de justice (CNCJ) doit assurer la publicité de certains mouvements

En savoir plus

Les **faux avis négatifs** figurent aujourd’hui parmi les principales préoccupations des entreprises. Un avis mensonger publié sur une plateforme spécialisée ou sur une fiche Google peut détourner une partie de la clientèle et dégrader durablement la réputation d’un établissement.

Les entreprises peuvent être aussi victimes de campagnes de dénigrement destinées à discréditer leurs produits ou leurs services La Cour de cassation définit le dénigrement comme « la divulgation d'une information de nature à jeter le discrédit sur un concurrent » (Cass. com., 24 septembre 2013, n° 12-19.790). Le dénigrement commercial relève du régime de la responsabilité civile délictuelle prévu à l'article 1240 du Code civil, selon lequel « *tout fait quelconque de l'homme, qui cause à autrui un dommage, oblige celui par la faute duquel il est arrivé à le réparer* ».

Le **dénigrement commercial** consiste à diffuser des informations destinées à jeter le discrédit sur les produits, les services ou l'activité d'un concurrent. Contrairement à la diffamation, il protège avant tout l'activité économique de l'entreprise victime.

Les juridictions apprécient ces situations au regard de la responsabilité civile et du préjudice effectivement subi.

L'usurpation d'identité numérique

En savoir plus

La création d'un faux profil sur un réseau social ou l'utilisation frauduleuse de l'identité d'un tiers peut également porter gravement atteinte à l'e-réputation.

L'usurpation d'identité numérique est réprimée par l'article 226-4-1 du Code pénal qui sanctionne « *le fait d'usurper l'identité d'un tiers ou celle d'autrui, ou de faire usage de données permettant de l'identifier en vue de troubler sa tranquillité ou de porter atteinte à son honneur ou à sa considération* ». L'usurpation d'identité en ligne peut prendre différentes formes :

- création d'un faux compte Facebook ou LinkedIn ;
- diffusion de messages sous une fausse identité ;
- création d'un faux site Internet, ou d'un faux profil sur les réseaux sociaux.

Au-delà de l'atteinte à la réputation, ces pratiques peuvent provoquer une perte de confiance des clients ou des partenaires.

L'atteinte en ligne à la vie privée

En savoir plus

La diffusion sans autorisation d'une photographie, d'une vidéo ou d'informations personnelles peut également porter atteinte à la réputation d'une personne.
Le droit au respect de la vie privée est protégé par l'article 9 du Code civil ainsi que par les articles 226-1et suivants du Code pénal.

Le RGPD du 27 avril 2016 et la loi Informatique et Libertés 6 janvier 1978 renforcent également la protection des données personnelles diffusées sur Internet.

Une publication contenant une adresse personnelle, un numéro de téléphone, une photographie privée ou des informations confidentielles peut entraîner des conséquences importantes sur la vie personnelle comme professionnelle.

Le cyberharcèlement

Publication légale Depuis le 1er janvier 2021, la Chambre nationale des commissaires de justice (CNCJ) doit assurer la publicité de certains mouvements impactant les offices qui ne font plus l'objet d'un arrêté du garde des Sceaux (art. 7-1 D 2018-872 du 9 octobre 2018).

En savoir plus

La répétition de messages, de commentaires, de publications ou d'attaques en ligne peut relever du cyberharcèlement. Ces agissements peuvent viser un particulier, un salarié, un professionnel ou un mineur.

Leur caractère répété et leur diffusion sur plusieurs plateformes rendent souvent la conservation de la preuve particulièrement complexe d'où la nécessité de faire appel au commissaire de justice. Vous pouvez consultez notre article Cyberharcèlement : comment le prouver ?.

Les réseaux sociaux, caisses de résonances des atteintes à l'e-réputation ?

Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, X (anciennement Twitter), YouTube ou encore les plateformes d'avis permettent une diffusion extrêmement rapide des contenus.

Un commentaire publié quelques secondes peut être partagé des centaines de fois avant même que son auteur ne le supprime. Cette viralité explique pourquoi il est essentiel d'agir rapidement lorsqu'une atteinte à l'e-réputation est constatée. Cette problématique concerne fréquemment les mineurs. Le constat en ligne constitue notamment un outil de preuve face au harcèlement scolaire sur les réseaux sociaux.

Avant toute demande de suppression ou toute procédure judiciaire, il est indispensable de conserver une preuve fiable du contenu. C'est précisément dans ce contexte que le commissaire de justice joue un rôle essentiel en établissant un constat permettant de figer les contenus numériques avant leur disparition ou leur modification.

Comment protéger son e-réputation ?

La meilleure protection reste la prévention. Une veille régulière de votre présence sur Internet permet de détecter rapidement un contenu susceptible de porter atteinte à votre réputation.

Pour les particuliers comme pour les entreprises, plusieurs bonnes pratiques permettent de limiter les risques :

- surveiller les résultats des moteurs de recherche sur votre nom ou celui de votre entreprise ;
- consulter régulièrement les avis publiés sur les plateformes spécialisées ;
- paramétrer des alertes afin d'être informé de nouvelles publications ;
- sécuriser vos comptes sur les réseaux sociaux ;
- protéger vos données personnelles ;
- répondre avec mesure aux avis négatifs lorsqu'ils sont légitimes.

En revanche, lorsqu'un contenu est manifestement illicite ou diffamatoire, il est généralement préférable d'éviter toute réaction impulsive. Une réponse inappropriée peut parfois amplifier la diffusion du contenu litigieux.

Publication légale Depuis le 1er janvier 2021, la chambre nationale des commissaires de justice (CNC 1) doit assurer la publicité de certains mouvements impactant les offices qui ne font plus l'objet d'un arrêté du garde des Sceaux (art. 7-1 D. 2018-872 du 9 octobre 2018)

Que faire en cas d'atteinte à votre réputation en ligne ?

Lorsqu'une atteinte à votre e-réputation est constatée, il est important d'agir rapidement.

Les contenus publiés en ligne peuvent être modifiés ou supprimés à tout moment. Plus vous attendez, plus il devient difficile de rapporter la preuve de leur existence.

La première étape consiste donc à conserver les éléments de preuve.

Selon la nature de l'atteinte, plusieurs démarches peuvent ensuite être envisagées :

- conserver la preuve de l'existence du contenu
- contacter directement l'auteur de la publication ;
- signaler le contenu à la plateforme concernée ;
- demander son retrait à l'hébergeur lorsqu'il s'agit d'un contenu manifestement illicite ;
- adresser une mise en demeure ;
- engager, si nécessaire, une procédure judiciaire.

Le choix de la stratégie dépendra de la nature du contenu, de son impact et de son mode de diffusion. Lorsque les circonstances le permettent, une solution amiable peut être recherchée avant toute saisine du tribunal. Découvrez les différentes possibilités dans notre article consacré aux solutions permettant de régler un conflit à l'amiable

Pourquoi la preuve en cas d'atteinte à l'e-réputation est essentielle ?

En matière d'e-réputation, la preuve occupe une place centrale.

Une publication sur un réseau social peut être supprimée quelques minutes après sa diffusion. Un commentaire peut être modifié, un faux avis effacé ou un site Internet entièrement remanié. De simples captures d'écran ne suffisent pas toujours à établir de manière incontestable l'existence d'un contenu. C'est pourquoi est souvent indispensable de conserver une preuve fiable, datée et objective avant toute démarche.

Le rôle du commissaire de justice dans la protection de l'e-réputation

Face à une atteinte à la réputation en ligne, le commissaire de justice intervient avant tout comme un professionnel de la preuve.

Le commissaire de justice ne se prononce pas sur la responsabilité de l'auteur de la publication. Son rôle consiste à constater les faits de manière objective, impartiale, datée et circonstanciée.

Il décrit précisément les contenus accessibles au moment de son intervention, sans interprétation ni appréciation personnelle.

Son procès-verbal pourra ensuite être utilisé dans le cadre :

- d'une négociation amiable ;
- d'une mise en demeure ;
- d'une procédure de retrait auprès d'une plateforme ;
- d'une action civile ;
- ou d'une procédure pénale.

Publication légale Depuis le 1er janvier 2021, la Chambre nationale des commissaires de justice (CNCJ) doit assurer la publicité de certains mouvements impactant les offices qui ne font plus l'objet d'un arrêté du garde des Sceaux (art. 7-1 D. 2018-872 du 9 octobre 2018)

Cette neutralité confère au constat une crédibilité particulièrement importante devant les juridictions.

Le constat en ligne par le commissaire de justice : une preuve particulièrement solide

Le **constat de commissaire de justice** constitue aujourd'hui l'un des moyens de preuve les plus solides en matière de contenus numériques.

Le commissaire de justice intervient pour constater objectivement l'existence d'un contenu à un instant donné. Son procès-verbal permet de figer de façon fiable la preuve avant qu'elle ne disparaisse ou ne soit modifiée.

Le constat peut notamment porter sur :

- un avis Google ;
- une publication Facebook, Instagram, Tiktok ou X (anciennement Twitter)
- un commentaire sur LinkedIn ;
- une vidéo publiée sur une plateforme ;
- un message sur un forum ;
- un article de blog ;
- une page Internet ;
- un échange électronique ;

Grâce à cette intervention, les éléments litigieux sont décrits de manière précise et peuvent ensuite être produits devant une juridiction si cela s'avère nécessaire

Comment le commissaire de justice réalise-t-il un constat en ligne ?

La valeur du constat numérique par le commissaire de justice repose sur une méthodologie particulièrement rigoureuse et le commissaire de justice ne se contente pas de réaliser une capture d'écran.

Afin de garantir la fiabilité de ses constatations, il applique un protocole destiné à assurer la neutralité et l'objectivité des faits et contenus observés.

Il procède notamment :

- à l'identification du matériel informatique utilisé ;
- à la vérification de la date et de l'heure du système ;
- au nettoyage du cache, des cookies, de l'historique de navigation et des fichiers temporaires ;
- au contrôle de l'absence de proxy ou d'éléments susceptibles de modifier l'affichage des contenus ;
- à la description détaillée de chacune des opérations réalisées jusqu'à l'accès au contenu litigieux…

Cette méthodologie permet de garantir la force probante du constat et d'offrir le cas échéant au juge une photographie fidèle de la situation au moment des constatations.

Publication légale Depuis le 1er janvier 2021, la Chambre nationale des commissaires de justice (CNCJ) doit assurer la publicité de certains mouvements impactant les offices qui ne font plus l'objet d'un arrêté du garde des Sceaux (art. 7-1 D. 2018-872 du 9 octobre 2018)

Quels contenus peuvent être constatés par le commissaire de justice ?

Le développement des plateformes numériques conduit aujourd'hui les commissaires de justice à intervenir sur des supports très variés.

Ils peuvent notamment constater :

- des publications Facebook ;
- des publications LinkedIn ;
- des vidéos YouTube ;
- des contenus Instagram ;
- des publications TikTok ;
- des avis Google ;
- des commentaires publiés sur des plateformes spécialisées ;
- des annonces diffusées sur Internet ;
- des sites Internet ;
- des forums de discussion ;
- des conversations électroniques lorsque les conditions légales sont réunies…

L'objectif reste toujours le même : conserver une preuve fiable avant toute disparition ou modification du contenu. Le constat réalisé par le commissaire de justice constitue alors un support précieux pour adresser une mise en demeure, démontrer l'urgence, engager une procédure de référé, saisir un hébergeur ou obtenir des mesures de suppression.

Peut-on retrouver l'auteur anonyme d'une publication portant atteinte à son e-réputation ?

Certaines atteintes à l'e-réputation sont commises sous pseudonyme ou à partir de comptes anonymes.

Dans ce contexte, le commissaire de justice, lors du constat, peut collecter différents éléments techniques utiles : les adresses URL, les identifiants visibles ou les informations accessibles au public. Ces éléments pourront ensuite permettre, le cas échéant dans le cadre d'une procédure judiciaire, de solliciter les informations détenues par les hébergeurs ou les plateformes afin d'identifier l'auteur des publications lorsque les conditions légales sont réunies.

Quelles actions en responsabilité sont possibles dans le cas d'une atteinte à la l'e-réputation ?

Les atteintes à l'e-réputation peuvent donner lieu à des actions civiles ou pénales. Le commissaire de justice intervient alors comme un acteur central de la stratégie contentieuse. Le constat par commissaire de justice peut servir à démontrer la faute. Il permet d'établir le préjudice, de caractériser la diffusion publique de prouver la persistance du contenu. Les juridictions pourront s'appuyer sur ces éléments pour apprécier la gravité des faits et fixer le montant des dommages et intérêts.

Publication légale depuis le 1er janvier 2021, la Chambre nationale des commissaires de justice (CNCJ) doit assurer la publicité de certains mouvements impactant les offices qui sont publiés d'un arrêté du garde des Sceaux (art. 7-1 D. 2018-872 du 9 octobre 2018)

À retenir : Comment faire constater des contenus en ligne pour protéger son e-réputation ?

? L’e-réputation correspond à l’image d’une personne ou d’une entreprise en ligne.

? Les principales atteintes à la réputation en ligne sont la diffamation, l’injure, les faux avis, l’usurpation d’identité, le cyberharcèlement et les atteintes à la vie privée.

? Les contenus publiés sur Internet peuvent être modifiés ou supprimés rapidement : il est donc essentiel de conserver une preuve avant toute démarche.

? Le commissaire de justice peut établir un constat sur des publications en ligne, des avis Google, des réseaux sociaux, des sites Internet ou des échanges électroniques.
? Le constat par le commissaire de justice permet de figer les contenus de manière objective, professionnelle, impartiale, datée et circonstanciée avant leur modification, suppression, ou disparition en cas de publication éphémère.

? Cette preuve préservée par le commissaire de justice peut être utilisée pour demander le retrait d’un contenu, engager une démarche amiable ou soutenir une procédure devant les juridictions.

?Dans ces circonstances, Il est préférable de faire appel à un commissaire de justice rapidement afin qu’il préserve des éléments de preuve nécessaires à la défense de vos droits.

Publication légale Depuis le 1er janvier 2021, la Chambre nationale des commissaires de justice (CNCJ) doit assurer la publicité de certains mouvements impactant les offices qui ne font plus l’objet d’un arrêté du garde des Sceaux (art. 7-1 D. 2018-872 du 9 octobre 2018)