



UTILISATION DES OUTILS NUMÉRIQUES & CONSEILS À LA RÉDACTION & À LA DIFFUSION

RAPPEL RÉGLEMENTAIRE

Les moyens numériques de communication mis à votre disposition dans votre entreprise doivent être mentionnés dans un accord d'entreprise.

Les entreprises sous accord

L'article L. 2142-6 du Code du travail stipule qu' «Un accord d'entreprise peut autoriser la mise à disposition des publications et tracts de nature syndicale, soit sur un site syndical mis en place sur l'intranet de l'entreprise, soit par diffusion sur la messagerie électronique de l'entreprise. Dans ce dernier cas, cette diffusion doit être compatible avec les exigences de bon fonctionnement du réseau informatique de l'entreprise et ne doit pas entraver l'accomplissement du travail ». «L'accord d'entreprise définit les modalités de cette mise à disposition ou de ce mode de diffusion, en précisant notamment les conditions d'accès des organisations syndicales et les règles techniques visant à préserver la liberté de choix des salariés d'accepter ou de refuser un message ».

La note de la CNIL du 22 mars 2017 précise que les adresses mail professionnelles des salariés ne peuvent être utilisées par les organisations syndicales que pour la mise à disposition de publications et tracts de nature syndicale, aucune autre utilisation de ces adresses n'est possible. Cette note indique que les salariés doivent être clairement et préalablement informés afin de pouvoir s'opposer à tout message syndical sur leur messagerie professionnelle. Ce refus doit impérativement être respecté par l'organisation syndicale, car c'est une obligation légale.

Toutefois, l'utilisation du réseau informatique impose que toute utilisation s'inscrive dans les règles de la sécurité informatique.

Pensez à vérifier si une charte informatique existe au sein de votre entreprise afin de l'appliquer en respectant les règles associées. En cas d'absence de cette charte se rapprocher de l'employeur pour connaître les règles d'utilisation en interne.

L'entreprise sans accord

Si vous ne bénéficiez pas d'accord d'entreprise, vous ne pouvez pas utiliser les boîtes mail professionnelles ou l'intranet de l'entreprise pour diffuser toute information syndicale. L'employeur est propriétaire du domaine (exemples : @edf.fr, @engie.com...) et peut légalement vous interdire son utilisation.

QUI PEUT UTILISER LES MOYENS NUMÉRIQUES ?

La messagerie peut être utilisée par des représentants du personnel ayant des activités :

- Au sein de la section syndicale, au niveau établissement.
- Au niveau des représentants du personnel ayant des mandats représentatifs soit au niveau établissement ou au niveau entreprise :

- CSE (Comité Social Economique)
- CSSCT (Commission Santé Sécurité Conditions de Travail)
- CSP (Commission Secondaire Personnel) ou CSNP (Commission Supérieure Nationale du Personnel) . . .

LES OUTILS ET LEURS RISQUES

Blog ou site Web (externe à l'entreprise)

La création d'un blog ou d'un site Web offre l'avantage d'être accessible par tous librement, car il est indépendant numériquement des moyens donnés par l'entreprise.

Si vous créez un site ou un blog, vous devez obligatoirement mentionner le gestionnaire du site en charge de la maintenance du site via des publications.

Les règles de rédaction sont les mêmes que pour la rédaction de tracts.

Vous ne pouvez pas mettre en ligne des documents de l'entreprise, car ils ont un caractère confidentiel.

Si vous êtes le gestionnaire du site ou blog, vous pourrez être tenu pour responsable de tout propos irrespectueux d'un auteur de commentaire.

Conseil FO : nous vous invitons à ne pas donner la possibilité aux lecteurs de rédiger des commentaires afin de limiter les risques juridiques en lien avec la modération

Les réseaux sociaux : Facebook – Twitter – Instagram

Les comptes ouverts sur ces outils doivent l'être en tant que compte syndical et non en nom propre lorsqu'ils servent à l'usage de la seule communication syndicale.

Les Pages Facebook permettent à des structures, des organisations et autres entités d'imposer de communiquer en leur nom des informations (exemple FO Énergie et Mines sur Facebook). Seuls les représentants officiels des organisations peuvent créer une Page Facebook pour celles-ci.

En revanche, les groupes donnent la possibilité à des utilisateurs de se rassembler autour d'une cause, problématique ou activité de partager du contenu à ce sujet.

En cas de propos non approprié, des poursuites peuvent être demandées à l'encontre du gestionnaire si la page ou le groupe ne sont pas privés (cf. jugement de la Cour d'appel de Paris, 3 décembre 2015, n° 13/01716).

Les règles de rédaction sont les mêmes que pour la rédaction de tracts.

Vous ne pouvez pas mettre en ligne des documents de l'entreprise, car ils ont un caractère confidentiel

Il existe un véritable danger d'où la nécessité d'être vigilant sur la gestion des posts et des interactions qu'ils génèrent.

DIFFUSION ARTICLE OU REVUE DE PRESSE

Dans le cadre de la diffusion d'articles de presse, il y a plusieurs règles à respecter, selon le type de documents que vous souhaitez diffuser.

QUELQUES RÈGLES GÉNÉRALES

L'édition ou la communication d'informations en ligne obéit aux mêmes règles légales que l'édition traditionnelle. Le contenu du site ou du mail est donc régi par la Loi qui confère au lecteur divers droits et devoirs. L'éditeur du site ou l'auteur du mail s'engage à respecter scrupuleusement les règles éditoriales en vigueur :

- Disposer du droit de diffuser sur son site ou dans son mail le contenu proposé.

- Faire tout son possible pour vérifier la validité des informations portées à la connaissance du public.
- Respecter les règles de déontologie journalistique en vigueur.
- Ne porter atteinte ni à la liberté, ni aux droits et à la dignité de la personne.
- Informer le lecteur de la nature éditoriale ou publicitaire des contenus proposés.
- Autoriser le lecteur à imprimer tout ou partie du contenu proposé sur le site pour son usage strictement personnel.

LA REVUE DE PRESSE OU ARTICLE DE PRESSE

Selon la Cour de cassation, la revue de presse est la « présentation conjointe et par voie comparative de divers commentaires émanant de journalistes différents et concernant un même thème ou un même événement ». Le nom de l'auteur et de la source doivent être clairement énoncés.

La source est l'origine du texte diffusé, à savoir : le titre du journal, la date et l'auteur.

Le principe en matière de droit d'auteur est que toute utilisation d'un texte doit être autorisée expressément par son auteur.

L'article L.122-5 du Code de la propriété intellectuelle prévoit cependant des exceptions à ce principe en énonçant des situations dans lesquelles l'auteur « ne peut interdire » l'usage de ses écrits et perd son droit à rémunération.

L'article L.122-5 3° du Code de la propriété intellectuelle prévoit qu'un article ou qu'une analyse, déjà divulgués, peuvent être utilisés sans l'autorisation de son auteur lorsqu'il s'agit d'« analyses ou courtes citations justifiées par le caractère critique, polémique, pédagogique, scientifique ou d'information à laquelle elles sont incorporées ». Il s'agit, donc, d'une des exceptions au monopole d'exploitation de l'auteur d'une œuvre de l'esprit.

Tout auteur, même salarié, est titulaire d'un droit de propriété sur ses écrits, qui consiste à en contrôler toutes les exploitations. Malgré ce monopole, il est admis que l'auteur ne puisse s'opposer à l'utilisation de courtes citations extraites de son texte au sein d'une autre écrit, dès lors que son nom et le journal, le livre d'origine sont cités.

Il s'agit d'une exception. Aussi, dès lors qu'on sort des limites de l'exacte exception définie par la loi et la jurisprudence, il convient d'appliquer le principe qui est celui de l'accord de l'auteur. A contrario, la contrefaçon peut être constituée.

Par ailleurs, la revue de presse ne doit pas être confondue avec le panorama de presse et est soumise aux mêmes obligations que la citation.

CE QUI EST INTERDIT POUR INFORMATION

Le panorama de presse

Selon le CFC (Centre Français du droit de Copie), le panorama de presse est un assemblage d'extraits d'articles de presse. Il est généralement réalisé par une entreprise ou une administration qui le destine à ses dirigeants, ses collaborateurs, ses salariés ou ses clients ou pour un site web à destination de ses visiteurs.

Il a pour objectifs de rendre compte, grâce à des sources extérieures à l'entreprise, de l'actualité du secteur d'activité, des produits ou de l'environnement concurrentiel de l'entreprise.

La reproduction de tout ou partie d'un ou plusieurs articles ou informations émanant du présent site ou du support papier y étant rattaché, est donc soumise à autorisation préalable de l'éditeur. Ce dernier va mandater plusieurs entreprises spécialisées susceptibles d'intégrer techniquement son contenu à un panorama de presse.

Le résumé

Le résumé d'un article est soumis à l'autorisation préalable de l'auteur ou de son ayant droit. Il doit nécessairement mentionner le nom de l'auteur et de la source. Il faut toutefois veiller à ce qu'il ne porte pas concurrence à la publication ou au site à partir duquel est réalisé ce résumé, ni à son auteur. Il doit donc être suffisamment concis et éloigné du texte original pour ne pas être considéré comme une contrefaçon.