

LE MEDECIN ET L'E-REPUTATION

- On appelle « *réputation numérique* » ou « *e-réputation* » l'image donnée sur le web d'une personne physique ou morale. Cette réputation numérique est bien sûr entretenue par tout ce que le médecin peut publier sur le web, réseaux sociaux, blogs ou plateformes de partage mais, parfois, la réputation numérique se construit sans même que le médecin ne le sache ou y participe. Ne pas s'être « *inscrit sur Internet* » ne suffit pas pour en être absent.

- Des internautes peuvent construire une image d'un professionnel de santé, par exemple en postant des commentaires sur un réseau social ou en le référant sur un site d'annuaire où il va figurer parfois sans même l'avoir demandé. Avec l'augmentation du nombre d'informations personnelles disponibles sur Internet, de plus en plus de personnes sont confrontées à des problèmes de réputation en ligne. La CNIL observe, dans son rapport d'activité 2014, qu'il s'agit désormais du premier motif des plaintes qui lui sont adressées : **39 % concernaient en effet des demandes de suppression de textes, photographies, vidéos, coordonnées, commentaires, faux profils en ligne, etc.** Il est donc important que le médecin protège sa réputation numérique, ou plus exactement la maîtrise, à la fois en contrôlant ce qui est mis en ligne par autrui et en occupant l'espace numérique, dans le respect des règles déontologiques

1- QUE PEUT FAIRE UN MEDECIN DEVANT UN AVIS LE CONCERNANT SUR INTERNET ?

1-1. L'apport de l'arrêt rendu le 13 Mai 2014 par la CJUE

Dans sa décision du 13 Mai 2014, la Cour de Justice de l'Union européenne a **confirmé l'application du droit de la protection des données aux moteurs de recherche. Elle en a déduit que les internautes peuvent demander, sous certaines conditions, la suppression des liens vers des informations portant atteinte à la vie privée.**

Saisie par la juridiction espagnole dans le cadre d'un litige opposant Google à l'autorité de protection des données personnelles (un plaignant souhaitait que soit désindexées les données relatives à deux articles de presse évoquant les dettes passées et réglées), la CJUE a dégagé quatre points essentiels :

1/ Les exploitants de moteurs de recherche sont des responsables de traitement au sens de la directive 95/46/CE sur la protection des données personnelles. En effet, l'activité d'un moteur de recherche consiste à indexer automatiquement des informations publiées sur Internet et à les mettre à disposition des internautes selon un ordre de préférence donné. Cette activité s'ajoute ainsi à celle des éditeurs de sites web et est susceptible de porter atteinte aux droits des personnes

2/ La CJUE retient une conception large de la notion d'établissement, et, de ce fait, que la

directive s'applique à Google. En l'espèce, les droits et obligations prévus par la directive européenne s'appliquent donc à Google en Espagne, puisque la filiale de Google en Espagne assure, dans cet Etat membre, la promotion et la vente des espaces publicitaires sur le moteur de recherche, afin de rentabiliser le service offert par le moteur de recherche.

3/ Une personne peut s'adresser directement à un moteur de recherche pour obtenir la suppression des liens vers des pages web contenant des informations portant atteinte à sa vie privée. Elle n'a pas à s'adresser préalablement à l'éditeur du site Internet..

4/ Un tel droit n'est cependant pas absolu. Si le droit au respect de la vie privée et à la protection des données personnelles garanti par la Charte des droits fondamentaux de l'UE prévaut sur l'intérêt économique du moteur de recherche, la suppression de telles données doit être appréciée au cas par cas. Cette analyse se fera en fonction de la nature de l'information, de sa sensibilité pour la vie privée de la personne concernée et de l'intérêt pour le public à la recevoir, en raison notamment du rôle joué dans la vie publique par cette personne.

1-2. Quelles solutions apportées au médecin victime de désinformation numérique ?

En application des nouvelles dispositions issues de la loi n° 2016-1321 du 7 octobre 2016 pour une « République numérique », l'article L.111-7-2 du code de la consommation a été modifié et impose désormais aux personnes physiques ou morales dont l'activité consiste à collecter, modérer ou diffuser des avis en ligne provenant de consommateurs de mettre en place une **fonctionnalité gratuite** permettant aux professionnels faisant l'objet d'un avis en ligne de leur signaler un doute sur l'authenticité de cet avis.

Il est donc désormais possible pour le médecin de :

- Demander la suppression d'avis inappropriés directement au moteur de recherche (*Google*) qui a l'obligation de mettre en place une fonctionnalité de type « **signaler un contenu et / ou un commentaire inapproprié** » ;
- Demander la suppression ou le déréférencement de données personnelles auprès de la CNIL
 - Le médecin qui ne veut plus qu'un site internet diffuse des données le concernant doit adresser **directement au responsable du site internet** une demande de suppression des données le concernant. Le responsable doit lui répondre dans un délai maximal de deux mois (*passé ce délai, intervention de la CNIL*) ;
 - Il peut également saisir **un moteur de recherche** d'une demande de déréférencement d'une page web associée à ses nom et prénom. Le droit au déréférencement permet de demander à un moteur de recherche de supprimer certains résultats de recherche associés aux noms et prénoms du médecin en cause. Il consiste à supprimer l'association d'un résultat de recherche à la requête "nom prénom"

2 – LES RECOMMANDATIONS DU CNOM :

- Le CNOM recommande aux médecins de vérifier de manière régulière leur e-réputation. Il leur est conseillé, a minima, de mettre en place un système de veille (*mots clés sur un moteur de recherche*) qui les alerte dès qu'un contenu les concernant est publié sur le web.
- Le CNOM encourage les médecins à « *occuper l'espace numérique* » de manière à fonder leur e-réputation par la qualité de ce qu'ils y publient ou de ce qu'ils commentent. La création et la diffusion de contenus informatifs de qualité contribuent positivement à la relation patient-médecin mais aussi à l'image du médecin et à l'opinion que le public d'internautes pourra se forger. Les médecins peuvent utilement se reporter en la matière à la publication Déontologie médicale sur le web (*Charte de conformité applicable aux sites web des médecins*).
- Un médecin doit organiser la présentation de son site professionnel sur Internet et sa configuration en **y bloquant les commentaires publics d'internautes**. En effet, l'origine de ces commentaires est toujours incertaine, leurs appréciations subjectives ou invérifiables, que ceux-ci soient de l'ordre de l'éloge ou du dénigrement. **Cela ne concerne pas les blogs personnels que le médecin, comme tout citoyen, peut publier.**
- Le CNOM conseille cependant vivement au médecin **de ne pas entretenir de confusion entre son site attaché directement à son exercice professionnel et au blog personnel** et sur lequel il exposerait légitimement ses avis ou opinions dans un débat public, y compris lorsque celui-ci a trait à la médecine ou au système de santé.
- Les achats de référencement prioritaires sur les moteurs de recherche sont **prohibés** car manifestement **de nature promotionnelle et commerciale**.