



Abonnés à un compte Twitter (followers) et secret commercial, vers une assimilation ?

340 000 dollars, c'est le montant de dommages-intérêts que la société PhoneDog demande à un ancien salarié qui a conservé son compte sur le célèbre réseau social Twitter après avoir quitté l'entreprise. Le blogueur Noah Kravitz utilisait son compte pour poster des tweets qui étaient tout aussi bien personnels que professionnels. 17 000 abonnés, dénommés « followers », suivaient de manière quotidienne les posts de PhoneDog_Noah. Lesdits followers représenteraient selon la société PhoneDog une liste de clients assimilable à un secret commercial. Ces followers étaient-ils tous des clients de la société PhoneDog ou de simple tiers dont la présence était étrangère aux activités de la société ? Là est le nœud gordien de cette plainte qui a été déposée par la société de téléphonie mobile devant le Tribunal d'Instance du District Nord de la Californie. Le blogueur argue quant à lui que la société lui aurait donné son autorisation expresse pour conserver le compte Twitter à condition qu'il intervienne de manière sporadique pour PhoneDog. Noah Kravitz a depuis lors modifié le nom de son compte en @noahkravitz.

Le Tribunal devra statuer sur le fait de savoir si une liste de followers peut faire l'objet d'une patrimonialisation. Certains commentateurs vont plus loin en affirmant que la société de téléphonie doit démontrer que les followers représentent un secret commercial. La société souligne qu'elle a engagé des investissements notables afin d'attirer ces followers et qu'elle entend suivre une politique ferme en matière de défense de ses droits de propriété intellectuelle. La plainte de la société spécialisée dans la téléphonie mobile est concomitante de la procédure initiée par Noah Kravitz à l'encontre de son ancien employeur. Celui-ci avait pour prétention d'obtenir 15% du revenu brut du site publicitaire en raison de sa participation active sur ledit site.

PhoneDog soutient que le blogueur se serait rendu coupable notamment de détournement de secret commercial et d'interférence intentionnelle avec un potentiel avantage économique. L'ancien employé soutient d'une part que les followers sont dotés d'un libre arbitre et qu'ils peuvent choisir ou non de suivre quelqu'un. De plus, ces followers ne sauraient être la propriété de PhoneDog puisque selon les conditions générales d'utilisation de Twitter : « *les comptes Twitter sont la propriété exclusive de Twitter et de ses licenciés* ». Enfin, Noah Kravitz met en exergue le fait que les followers ne constituent pas un secret commercial puisqu'ils sont visibles par tout à chacun sur le site et sont donc des données publiques par essence.

Dans cette affaire la question de la propriété des comptes ouverts sur des réseaux sociaux se pose avec acuité. Cette plainte démontre qu'il est parfois épineux de faire le départ entre le propriétaire du contenu et le propriétaire du compte. La prégnance de l'intérêt des blogueurs pour contribuer à entretenir l'image de marque d'une société et pour attirer clients et prospects mène de nombreuses sociétés dédiées aux nouvelles technologies à recruter des salariés qui étaient dotés d'une certaine renommée sur la Toile comme l'entreprise Samsung Electronics par exemple. Il est alors difficile de savoir si la propriété d'un compte ouvert sur un réseau social est transférée *de jure* ou *de facto* à l'entreprise. Même si le cas s'était déjà posé avec la correspondante internationale de

la BBC Laura Kuenssberg qui avait conservé son compte Twitter après avoir changé d'emploi et intégré ITV, c'est la première fois qu'un contentieux judiciaire peut définir les contours de la propriété des comptes Twitter utilisés dans le cadre d'une activité professionnelle.

En l'espèce, la Cour devra analyser le contexte dans lequel le compte a été créé. Si ledit compte a été ouvert sous les auspices de l'entreprise PhoneDog, il appartiendra manifestement à cette dernière. Au contraire, si le compte de Noah Kravitz existait avant que celui-ci ne devienne salarié de l'entreprise, la titularité du compte sera captieuse. La solution la plus irénique serait de déterminer la propriété du compte détenu sur un réseau social dès la signature du contrat de travail lorsque l'activité du salarié porte sur une participation active sur un réseau social. Quelque soit la réponse donnée par la Cour américaine, les commentateurs s'accordent pour affirmer sans ambages que cette décision fera œuvre de véritable précédent en la matière.