



Code de bonnes pratiques contre la désinformation, un an après: les plateformes en ligne soumettent leurs rapports d'autoévaluation

Bruxelles, le 29 octobre 2019

La Commission européenne a publié aujourd'hui les premiers [rapports d'autoévaluation](#) annuels produits, dans le cadre du [code de bonnes pratiques contre la désinformation](#), par Facebook, Google, Microsoft, Mozilla, Twitter et sept associations professionnelles européennes. Les rapports des signataires du code exposent les progrès accomplis au cours de l'année écoulée dans la lutte contre la désinformation en ligne. Outil d'autorégulation, le code de bonnes pratiques a vu le jour en octobre 2018 et constitue un important pilier du [plan d'action contre la désinformation](#).

Dans une déclaration conjointe, la commissaire pour la justice, les consommateurs et l'égalité des genres, Mme Věra **Jourová**, le commissaire pour l'union de la sécurité, M. Julian **King**, et la commissaire pour l'économie et la société numériques, Mme Mariya **Gabriel**, se sont exprimés en ces termes:

«Nous nous félicitons de la publication par les signataires du code de bonnes pratiques de ces autoévaluations sur la mise en œuvre de leurs engagements. En particulier, nous saluons l'engagement pris par les plateformes en ligne de rendre leurs politiques plus transparentes et d'instaurer une coopération plus étroite avec les chercheurs, les vérificateurs de faits et les États membres. Les progrès réalisés sont toutefois très variables d'un signataire à l'autre et on trouve peu d'indications dans les rapports sur l'incidence réelle des mesures d'autorégulation prises au cours de l'année écoulée ainsi que sur les mécanismes de contrôle indépendant.

Si les élections au Parlement européen de mai 2019 n'ont, à l'évidence, pas été exemptes de désinformation, les actions menées et la publication mensuelle de rapports en amont de ce scrutin ont contribué à limiter la marge d'ingérence et à améliorer l'intégrité des services, à déjouer les incitations économiques à la désinformation et à favoriser une transparence accrue de la publicité à caractère politique et de la publicité engagée. Cependant, propagande et désinformation automatisées à grande échelle persistent et des efforts restent à accomplir dans tous les domaines régis par le code. Nous ne saurions accepter que ces pratiques se banalisent.

Alors que les efforts conjugués des plateformes en ligne et des vérificateurs de faits peuvent réduire la viralité préjudiciable de contenus par l'intermédiaire des services de plateformes en ligne, il demeure urgent que ces dernières établissent une coopération constructive avec un plus grand nombre d'organisations indépendantes et de confiance. L'accès aux données qui est accordé jusqu'à présent ne correspond toujours pas aux besoins des chercheurs indépendants.

Enfin, en dépit des engagements importants pris par tous les signataires, nous déplorons qu'aucune autre plateforme ni aucun autre acteur du secteur de la publicité n'aient adhéré au code de bonnes pratiques.»

Principales conclusions des rapports d'autoévaluation

- Comparativement à la situation en octobre 2018, les signataires du code de bonnes pratiques font état d'une plus grande transparence. Un dialogue plus étroit s'est noué avec les plateformes en ce qui concerne leurs politiques respectives en matière de lutte contre la désinformation.
- Si les signataires du code de bonnes pratiques rendent compte de progrès quant aux engagements dont la Commission a surveillé l'exécution de janvier à mai dans la perspective des élections au Parlement européen de 2019, ils évoquent moins la mise en œuvre de l'engagement manifesté pour donner aux consommateurs et à la communauté des chercheurs les moyens d'agir. La communication de données et la mise à disposition d'outils de recherche demeurent sporadiques et arbitraires et ne répondent pas non plus aux besoins des chercheurs en matière de contrôle indépendant.
- La portée des actions entreprises par chaque plateforme pour honorer ses engagements varie considérablement. De même, des disparités dans la mise en œuvre des politiques des plateformes, dans la coopération avec les parties prenantes et dans la sensibilité aux contextes électoraux persistent entre les États membres.
- Les rapports fournissent des informations sur les politiques de mise en œuvre du code, y compris les

paramètres propres à l'UE. La cohérence et le niveau de détail varient. Les paramètres communiqués sont surtout des indicateurs de résultat, par exemple le nombre de comptes supprimés.

Prochaines étapes

La Commission procède actuellement à l'évaluation globale de l'efficacité du code de bonnes pratiques contre la désinformation. Outre les autoévaluations réalisées par les signataires, elle prendra en compte:

- une contribution du Groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels (ERGA) prévue dans le [plan d'action contre la désinformation](#);
- une évaluation, prévue par le [code de bonnes pratiques](#), effectuée par une organisation tierce que les signataires ont sélectionnée;
- une évaluation par un consultant indépendant, recruté par la Commission, dont les conclusions sont attendues pour le début de l'année 2020.
- Dans les prochains mois, la Commission présentera au Parlement européen un rapport sur les élections de 2019.

S'appuyant sur ces publications, la Commission présentera son évaluation globale au début de l'année 2020. Si les résultats obtenus dans le cadre du code se révélaient insuffisants, elle pourrait proposer d'autres mesures, y compris de nature réglementaire.

Contexte

L'Union européenne lutte activement contre la désinformation depuis 2015. À la suite d'une décision du [Conseil européen de mars 2015](#), la [task force East StratCom](#) a été créée au sein du Service européen pour l'action extérieure (SEAE) afin de «répondre aux campagnes de désinformation menées par la Russie». En 2016, le [cadre commun en matière de lutte contre les menaces hybrides](#) a été adopté, suivi en 2018 de la [communication conjointe visant à accroître la résilience et à renforcer la capacité à répondre aux menaces hybrides](#).

En [avril 2018](#), la Commission a défini une approche européenne et présenté des outils d'autorégulation pour lutter contre la désinformation en ligne. En octobre 2018, le [code de bonnes pratiques](#) a été signé par Facebook, Google, Twitter et Mozilla, ainsi que par des associations professionnelles représentant les plateformes en ligne, le secteur de la publicité et les annonceurs. Les autoévaluations publiées aujourd'hui font suite aux rapports concernant la situation de départ, produits en janvier 2019, ainsi qu'aux rapports mensuels établis de janvier à mai 2019 par Facebook, Google et Twitter et axés sur la mise en œuvre des engagements qui intéressent l'intégrité des élections européennes. En 2019, Microsoft a également adhéré au code de bonnes pratiques en tant que signataire.

Dans une [communication conjointe publiée en juin 2019](#), la Commission et la haute représentante ont fait rapport sur les progrès accomplis dans la lutte contre la désinformation et sur les principaux enseignements tirés des élections européennes. Ce rapport a mis en évidence que, si les élections de mai n'avaient manifestement pas été exemptes de désinformation, les mesures prises par l'UE, aidée par de nombreux journalistes, vérificateurs de faits, plateformes, autorités nationales, chercheurs et acteurs de la société civile, avaient contribué à réduire les possibilités d'ingérence étrangère et de campagnes coordonnées visant à manipuler l'opinion publique.

Outre les mesures prises contre la désinformation, la Commission avait déjà, en mai 2016, convenu avec les plateformes en ligne d'une action contre les discours de haine illégaux en ligne: le [Code de conduite de l'UE](#) se concentre sur un contenu contraire à la loi.

Pour en savoir plus

[Autoévaluations et note d'analyse](#)

[Fiche d'information: Plan d'action contre la désinformation - Rapport sur l'état d'avancement](#)

[Communiqué de presse: l'UE fait rapport sur les progrès réalisés dans la lutte contre la désinformation dans la perspective du Conseil européen](#)

[Code de bonnes pratiques - Questions et réponses](#)

[Rapport conjoint sur la mise en œuvre du plan d'action contre la désinformation](#)

[Plan d'action contre la désinformation](#)

[Communication intitulée «Lutter contre la désinformation en ligne: une approche européenne»](#)

[Site web EU vs Disinfo](#)

STATEMENT/19/6166

Personnes de contact pour la presse:

[Johannes BAHRKE](#) (+32 2 295 86 15)
[Nathalie VANDYSTADT](#) (+32 2 296 70 83)
[Inga HOGLUND](#) (+32 2 295 06 98)

Renseignements au public: [Europe Direct](#) par téléphone au [00 800 67 89 10 11](#) ou par [courriel](#)