



### **Orientations visant à renforcer le code de bonnes pratiques contre la désinformation – Questions et réponses**

Bruxelles, le 26 mai 2021

#### **Qu'est-ce que le code de bonnes pratiques contre la désinformation?**

Le code de bonnes pratiques contre la désinformation contient des principes et des engagements destinés aux plateformes en ligne et au secteur de la publicité afin de lutter contre la propagation de fausses informations en ligne dans l'UE, que les signataires du code ont accepté de mettre en œuvre. Il s'agit du premier instrument d'autorégulation à l'échelle mondiale pour lutter contre la désinformation. L'[évaluation du code de bonnes pratiques, réalisée en 2020](#), a montré qu'il s'agissait d'un bon exemple de coopération structurée avec les plateformes en ligne pour garantir une transparence et une responsabilité accrues. Cette évaluation a également mis en évidence des insuffisances, notamment une application du code incomplète et incohérente entre les plateformes et les pays de l'UE ainsi que des lacunes en ce qui concerne la couverture des engagements figurant dans le code de bonnes pratiques; les orientations visant à renforcer le code de bonnes pratiques contre la désinformation ont pour objet de remédier à ces insuffisances.

#### **Que contiennent les orientations visant à renforcer le code de bonnes pratiques?**

Les orientations exposent les attentes de la Commission sur la manière dont les plateformes et les autres parties prenantes concernées devraient renforcer le code de bonnes pratiques contre la désinformation dans le but de remédier aux lacunes et insuffisances et de créer un environnement en ligne plus transparent, plus sûr et plus fiable. Ces orientations jettent également les bases d'un cadre solide de suivi de la mise en œuvre du code. Elles visent à faire évoluer le code de bonnes pratiques existant afin de le transformer en un instrument de corégulation prévu au titre de la [législation sur les services numériques](#), sans préjudice de l'accord final sur cette législation, comme annoncé dans le [plan d'action pour la démocratie européenne](#). Le code renforcé offre à un stade précoce l'occasion de concevoir des mesures appropriées pour faire face aux risques systémiques découlant du fonctionnement et de l'utilisation des services des plateformes, compte tenu du cadre d'évaluation et d'atténuation des risques qui sera prévu au titre de la législation sur les services numériques.

#### **Comment les orientations permettent-elles de combler les insuffisances du code actuel?**

Les orientations visent à remédier aux principales insuffisances et lacunes recensées dans l'[évaluation du code de bonnes pratiques, réalisée par la Commission en 2020](#), en tirant également parti des enseignements tirés du [programme de suivi de la désinformation liée à la COVID-19](#). Les orientations invitent les signataires à prendre des engagements plus fermes afin de garantir une réponse plus efficace à la propagation de fausses informations et de prévoir une application plus cohérente du code entre les plateformes et les pays de l'UE, un système de suivi renforcé doté d'indicateurs de performance clés précis ainsi qu'un mécanisme adéquat pour l'adaptation régulière du code. Les orientations proposent d'étendre la portée et le champ d'application du code de bonnes pratiques et indiquent comment il convient de renforcer les engagements figurant dans le code. Par exemple, elles invitent à renforcer les mesures visant à priver les pourvoyeurs de désinformation de sources de revenus, à accroître la transparence de la publicité politique, à lutter contre les manipulations, à responsabiliser les utilisateurs, à améliorer la coopération avec les vérificateurs de faits et à garantir l'accès des chercheurs aux données.

#### **Qui sont les signataires du code de bonnes pratiques?**

Les signataires actuels comprennent les principales plateformes en ligne actives dans l'UE, ainsi que des associations professionnelles et les acteurs concernés dans le secteur des écosystèmes publicitaires et en ligne. Il s'agit de: Google, Facebook, Twitter, Microsoft, TikTok, Mozilla, DOT Europe (anciennement EDiMA), la Fédération mondiale des annonceurs(FMA) et son homologue belge, l'Union belge des annonceurs (UBA); l'Association européenne des agences de communication (EACA) et ses membres nationaux de France, de Pologne et de République tchèque – respectivement l'Association des Agences Conseils en Communication (AACC), Stowarzyszenie Komunikacji

Marketingovej/Ad Artis Art Foundation (SAR) et Asociace Komunikacnich Agentur (AKA); l'Interactive Advertising Bureau (IAB Europe), Kreativitet & Kommunikation ainsi que Goldbach Audience (Suisse) AG.

## **Comment les engagements figurant dans le code seront-ils appliqués? Qu'en est-il du cadre de corégulation mis en place par la législation sur les services numériques?**

Les orientations s'inscrivent dans le cadre des mesures globales prises par la Commission pour lutter contre la désinformation et constituent également les pierres angulaires d'un cadre de suivi solide. Elles visent à faire évoluer le code de bonnes pratiques existant afin de le transformer en un code de conduite relevant du cadre de corégulation prévu par la [législation sur les services numériques](#), sans préjudice de l'accord final sur cette législation au cours du processus législatif. Au sein du cadre de corégulation, la législation sur les services numériques définit certains objectifs et critères minimaux que les codes de conduite doivent respecter.

Les très grandes plateformes, en particulier, tireront des avantages de leur participation au code renforcé en prévision de nouvelles obligations contraignantes applicables au titre de la proposition de législation sur les services numériques, notamment en ce qui concerne l'évaluation des risques, l'atténuation des risques, la responsabilisation des utilisateurs et la transparence en matière de publicité. En tant que tel, le code renforcé offre à un stade précoce l'occasion de concevoir des mesures appropriées pour faire face à l'un des principaux risques posés par les services des plateformes au regard du cadre proposé au titre de la législation sur les services numériques. Les plateformes de plus petite taille et les autres parties prenantes gagneraient également à souscrire à des engagements appropriés, figurant dans le code renforcé, afin de tirer parti des meilleures pratiques qu'il prévoit et de se protéger contre les risques pour leur réputation que présente l'utilisation abusive de leurs systèmes pour propager de fausses informations.

Bien que la collaboration au titre des codes de conduite présente de nombreux avantages, l'adhésion au code restera une décision volontaire de la plateforme, y compris dans le cadre de la proposition relative à la législation sur les services numériques.

## **De nouveaux signataires peuvent-ils adhérer au code?**

Oui, la Commission encourage de nouveaux signataires à adhérer au code et à participer à sa révision, étant donné qu'une participation plus large accroît les retombées et l'efficacité du code. L'une des recommandations de la Commission dans le cadre du code renforcé est de prévoir des engagements sur mesure qui correspondent à la diversité des services fournis par les signataires, à leur taille et aux rôles particuliers qu'ils jouent dans l'écosystème. Les signataires devraient souscrire aux engagements qui sont pertinents pour les services qu'ils proposent. Les signataires potentiels peuvent d'ores et déjà entrer en contact avec les services de la Commission en vue d'adhérer au code renforcé et de participer à sa rédaction.

## **Qui peut être un nouveau signataire potentiel?**

Parmi les nouveaux signataires potentiels figurent les plateformes établies et émergentes actives dans l'UE, les services de messagerie privée, les parties prenantes concernées dans l'écosystème publicitaire en ligne (par exemple, services d'échanges de publicités, fournisseurs de technologies publicitaires, propriétaires de marques), d'autres acteurs fournissant des services susceptibles d'être utilisés pour priver les pourvoyeurs de désinformation de sources de revenus (par exemple, services de paiement électronique, plateformes de commerce électronique, services de financement participatif et/ou de don), ainsi que les parties prenantes qui peuvent apporter leur contribution au bon fonctionnement du code grâce à des outils, des instruments, des solutions ou une expertise.

## **En quoi l'expérience du programme de suivi de la désinformation liée à la COVID-19 sera-t-elle utile pour le code renforcé?**

Le [programme de suivi de la désinformation liée à la COVID-19](#) a fourni une vue d'ensemble approfondie des mesures prises par les plateformes pour lutter contre les informations fausses et trompeuses au sujet du coronavirus et des vaccins. Ce programme s'est révélé une mesure de transparence utile pour garantir la responsabilité publique des plateformes et il a permis de soumettre le code de bonnes pratiques à un «test de résistance». Les plateformes ont signalé les mesures prises pour accroître la visibilité des sources faisant autorité ainsi que les outils mis au point pour faciliter la navigation en ligne en connaissance de cause et soutenir l'éducation aux médias; elles ont également rétrogradé des contenus ou sont intervenues à leur sujet parce qu'ils comportaient des informations fausses ou trompeuses susceptibles de causer un préjudice physique, et ont interdit les publicités exploitant la crise et redoublé d'efforts pour fournir des informations précises sur les vaccins.

Le programme de suivi a également mis en évidence un certain nombre d'insuffisances. Le système

de suivi amélioré devrait prévoir une appréciation régulière de la mise en œuvre par les signataires des engagements figurant dans le code et permettre d'évaluer l'efficacité du code en tant qu'outil visant à lutter contre la désinformation. Le cadre de suivi devrait se fonder sur des indicateurs de performance clés solides et précis qui mesurent les résultats et l'incidence des politiques mises en œuvre par les signataires («indicateurs de niveau de service») ainsi que sur des indicateurs de performance clés qui mesurent l'incidence globale du code sur la désinformation dans l'UE («indicateurs structurels»). Le code renforcé devrait garantir que les informations et les données sont fournies dans des formats normalisés, avec des ventilations par État membre.

### **Comment les orientations prendront-elles en compte la future législation sur la transparence des contenus politiques sponsorisés?**

La révision du code de bonnes pratiques dans le domaine de la publicité à caractère politique devra tenir compte de la proposition législative à venir et constituera un instrument important pour réaliser des progrès tangibles, tant en amont de la législation qu'à travers le cadre législatif une fois mis en place. Le code renforcé devrait élaborer des solutions à l'initiative du secteur afin de soutenir sa mise en œuvre et de réaliser des progrès constants dans ce domaine. Les orientations proposent de renforcer les engagements des signataires du code afin d'améliorer la transparence et la publication des informations concernant les publicités à caractère politique. Ces publicités devraient être clairement et effectivement signalées comme telles et être différenciables en tant que contenus payants; en outre, les utilisateurs devraient être en mesure de comprendre que les contenus affichés comportent des publicités portant sur des questions politiques.

### **Comment le code renforcé devrait-il traiter la question des manipulations?**

Dans les orientations, il est suggéré de renforcer le code afin de couvrir de manière exhaustive les formes actuelles et émergentes de manipulation utilisées pour répandre de fausses informations, comme les robots logiciels (les «bots»), les faux comptes, les campagnes organisées de manipulation et les piratages de comptes. Des engagements sur mesure devraient permettre de remédier aux vulnérabilités et de garantir la transparence et la responsabilité en ce qui concerne les mesures prises pour réduire l'incidence de la manipulation.

### **Comment la communauté des chercheurs devrait-elle avoir accès aux données nécessaires pour étudier correctement la désinformation?**

Les chercheurs, les organisations de la société civile, les journalistes d'investigation et les chercheurs non universitaires jouent un rôle important dans la compréhension de l'évolution des risques liés à la désinformation. La qualité de la recherche dans ce domaine dépend de l'accès des chercheurs aux données des plateformes. La Commission demande aux signataires d'améliorer considérablement la situation actuelle caractérisée par la fourniture épisodique et arbitraire de données, ce qui ne permet pas de répondre à l'ensemble des besoins en matière de recherche. Les signataires devraient donc œuvrer, en coopération avec la communauté des chercheurs, l'[Observatoire européen des médias numériques \(EDMO\)](#) et les autorités nationales compétentes, à la création d'un cadre juridique solide pour l'accès aux données à des fins de recherche.

### **Comment le code peut-il améliorer l'incidence des activités de vérification des faits?**

Pour remédier aux lacunes importantes concernant les activités de vérification des faits et à la couverture inégale en la matière entre les services et les pays de l'UE, les signataires devraient s'engager à étendre la coopération avec les vérificateurs de faits. Il est également possible d'accroître les retombées de la vérification des faits en améliorant l'intégration et la visibilité des contenus produits par les vérificateurs de faits. Les signataires devraient envisager des systèmes de signalement efficaces ainsi que la création d'un répertoire commun en matière de vérifications des faits, ce qui faciliterait son utilisation efficace sur toutes les plateformes afin d'empêcher la résurgence de fausses informations ayant été dénoncées par des vérificateurs de faits. La coopération avec les vérificateurs de faits devrait garantir leur indépendance et leur juste rémunération, encourager la coopération et faciliter la circulation entre les services.

### **Comment la mise en œuvre du code sera-t-elle contrôlée à l'avenir?**

L'[évaluation du code de bonnes pratiques](#) et le [programme de suivi de la désinformation liée à la COVID-19](#), en cours de mise en œuvre, ont fourni des informations utiles sur la manière de renforcer le système de suivi du code. Le code amélioré devrait inclure un système de suivi renforcé et créer un cadre solide intégrant de nouveaux indicateurs de performance clés mesurables au niveau des États membres. Ces indicateurs devraient permettre d'évaluer l'incidence des politiques mises en œuvre par les signataires pour respecter leurs engagements au titre du code de bonnes pratiques contre la désinformation, ainsi que l'incidence globale du code sur la désinformation dans l'UE.

Les signataires devraient publier des rapports réguliers au titre du cadre de suivi renforcé à l'aide de

modèles harmonisés, y compris des ensembles de formats normalisés et vérifiables pour la fourniture de données en faisant référence aux indicateurs de performance clés. Les services en ligne présentant des profils de risque plus élevés en ce qui concerne la propagation de fausses informations devraient rendre compte tous les six mois de la mise en œuvre des engagements et évaluer chaque année les risques liés au phénomène de désinformation. Les autres signataires du code devraient présenter un rapport chaque année et fournir des données et des indicateurs correspondant à leurs activités.

Dans les orientations, il est suggéré que les signataires s'engagent à créer, à mettre en place et à tenir à jour un centre en ligne commun de transparence, accessible au public et fournissant une vue d'ensemble des politiques spécifiques adoptées par les signataires pour mettre en œuvre les engagements figurant dans le code.

### **Quel est le rôle du groupe de travail permanent?**

Le groupe de travail permanent devrait examiner la manière d'améliorer et d'adapter le code en fonction des évolutions technologiques, sociétales, commerciales et législatives. Le groupe de travail sera présidé par la Commission et associera les signataires du code ainsi que des représentants du Service européen pour l'action extérieure, de l'[EDMO](#) et du [Groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels](#) (ERGA). Il devrait, par exemple, envisager la mise au point d'indicateurs et de mécanismes structurels mesurables au niveau des États membres ou la mise en place d'une méthode d'évaluation des risques permettant de réagir rapidement en cas de crises ou de situations particulières, comme des élections ou une pandémie.

QANDA/21/2586

Personnes de contact pour la presse:

[Johannes BHRKE](#) (+32 2 295 86 15)

[Charles MANOURY](#) (+32 2 291 33 91)

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