



Bruxelles, le 5.12.2018
COM(2018) 794 final

RAPPORT DE LA COMMISSION

**AU PARLEMENT EUROPÉEN, AU CONSEIL EUROPÉEN, AU CONSEIL, AU
COMITÉ ÉCONOMIQUE ET SOCIAL EUROPÉEN ET AU COMITÉ DES
RÉGIONS**

sur la mise en œuvre de la communication

«Lutter contre la désinformation en ligne: une approche européenne»

1. INTRODUCTION

Le 26 avril 2018, la Commission a adopté sa communication «*Lutter contre la désinformation en ligne: une approche européenne*» (ci-après la «communication»)¹. Celle-ci décrit les difficultés que pose la désinformation en ligne pour nos démocraties et trace les grandes lignes de cinq groupes d'actions à mener par les acteurs privés et publics pour remédier à ces difficultés.

Le présent rapport accompagne la communication conjointe intitulée «Plan d'action contre la désinformation»². Celle-ci expose l'évaluation, par la Commission, de l'état d'avancement de la mise en œuvre des actions définies dans la communication d'avril.

2. STATUT DES ACTIONS

2.1 Un écosystème en ligne plus transparent, plus fiable et plus responsable

2.1.1 Les plateformes en ligne doivent agir rapidement et efficacement pour protéger les utilisateurs contre la désinformation

Le premier groupe d'actions vise à créer un écosystème en ligne plus transparent, plus fiable et plus responsable. Ces actions consistent notamment en l'élaboration d'un code de bonnes pratiques contre la désinformation à destination des plateformes en ligne et du secteur de la publicité afin d'accroître la transparence et de mieux protéger les utilisateurs; la création d'un réseau européen indépendant de vérificateurs de faits, qui aura pour mission d'établir des méthodes de travail communes, d'échanger les bonnes pratiques et d'obtenir la couverture la plus large possible dans l'UE; la promotion de l'utilisation volontaire de systèmes d'identification en ligne afin d'améliorer la traçabilité et l'identification des fournisseurs d'informations; et l'utilisation du programme pour la recherche et l'innovation de l'UE (Horizon 2020) en vue de mobiliser les nouvelles technologies, comme l'intelligence artificielle, les chaînes de blocs et les algorithmes cognitifs.

En mai 2018, la Commission a convoqué le forum plurilatéral sur la désinformation (ci-après le «forum») pour qu'il rédige un code de bonnes pratiques contre la désinformation (ci-après le «code»)³. Le forum consistait en un «groupe de travail» composé des principales plateformes en ligne et de représentants du secteur de la publicité et des principaux annonceurs, ainsi qu'en un «groupe de réflexion» composé de représentants des médias, du monde universitaire et de la société civile. Le groupe de travail a été chargé de rédiger le code et le groupe de réflexion, de fournir des conseils et d'émettre un avis sur le code. Le code a été publié le 26 septembre, en même temps que l'avis du groupe de réflexion⁴.

Le code comprend un préambule, une déclaration des objectifs et un ensemble de 15 engagements préfacés par des commentaires explicatifs qui renvoient aux objectifs de la communication, détaillent le champ d'application et les objectifs des engagements et en décrivent le contexte. Les engagements sont organisés en cinq domaines:

1. Contrôle des placements de publicité
2. Publicité à caractère politique et publicité engagée
3. Intégrité des services

¹ Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions, Lutter contre la désinformation en ligne: une approche européenne, 26.4.2018, COM(2018) 236 final, disponible à l'adresse suivante: http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=51804http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=51804.

² JOIN(2018) 36.

³ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/meeting-multistakeholder-forum-disinformation>.

⁴ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/code-practice-disinformation>.

4. Responsabilisation des consommateurs
5. Responsabilisation de la communauté de la recherche

Les signataires du code sont tenus de déterminer à quels engagements ils adhéreront, au regard de leur pertinence pour les produits ou services qu'ils fournissent. Le code comprend, en tant que partie intégrante, des annexes qui recensent les politiques et actions spécifiques que poursuivront les signataires pour mettre en œuvre le code.

Le code établit des engagements supplémentaires exigeant des signataires qu'ils fassent rapport sur la mise en œuvre, le fonctionnement et l'efficacité du code et procèdent à leur examen, sur la base de rapports d'auto-évaluation annuels qui seront examinés par une organisation tierce objective sélectionnée par les signataires. Les signataires s'engagent également à coopérer avec la Commission pour évaluer le code, et notamment à fournir des informations sur demande et à répondre aux questions.

Le 16 octobre, les signataires initiaux du code ont apposé leurs signatures formelles au code, déterminant les engagements auxquels chaque signataire allait adhérer et fournissant un tableau recensant les bonnes pratiques des entreprises pertinentes, ainsi que les étapes de la mise en œuvre globale du code dans l'UE⁵. Les signataires initiaux étaient: Facebook, Google, Twitter et Mozilla, ainsi que l'association professionnelle représentant les plateformes en ligne (EDIMA) et les associations professionnelles représentant le secteur de la publicité et des annonceurs (EACA, IAB Europe, WFA et UBA)⁶.

En outre, Facebook, Google, Twitter et Mozilla ont indiqué plusieurs actions spécifiques qu'elles allaient mener en vue des élections européennes du printemps 2019, en concentrant leurs efforts sur la sécurité et l'intégrité des élections.

La Commission estime que le code constitue un cadre approprié pour réaliser les objectifs décrits dans la communication. Elle estime également que le code respecte les principes de la Commission pour une meilleure autorégulation et une meilleure corégulation. Ses signataires initiaux représentent une grande part du secteur de la diffusion d'informations en ligne.

La Commission souligne que l'achèvement du code devrait être considéré comme une première étape. Les signataires doivent à présent s'employer à assurer une mise en œuvre, un développement et une application efficaces des politiques et actions recensées. La Commission est d'avis que la mise en œuvre devrait se faire de manière complète et effective, en temps utile.

La Commission demandera aux signataires des informations à jour sur les mesures prises en vue de la mise en œuvre du code pour la fin 2018. Elle prévoit de publier ces informations en janvier 2019.

En outre, entre janvier et mai 2019, la Commission procédera à un suivi ciblé du code afin de vérifier que des politiques effectives ayant une pertinence particulière pour l'intégrité des processus électoraux soient en place avant les élections européennes, et en particulier le respect des paramètres essentiels du code (contrôle des placements de publicité, transparence de la publicité à caractère politique, fermeture des faux comptes et systèmes de marquage pour les robots informatiques). Les plateformes devraient communiquer régulièrement des informations complètes, notamment en répondant aux demandes spécifiques de la Commission, sur la manière dont elles mettent en œuvre leurs engagements sur une base mensuelle. Ces informations feront également l'objet d'une publication.

⁵ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/online-platforms-advertisers-and-advertising-industry-present-commissioner-mariya-gabriel>.

⁶ Conformément au code, les associations professionnelles signataires, même si elles ne s'engagent pas au nom de leurs membres, se sont engagées à informer pleinement ces derniers de l'existence du code et à les encourager à y adhérer ou à respecter ses principes s'il y a lieu.

Au plus tard fin 2019, la Commission procédera à une évaluation globale au terme de la période initiale de 12 mois du code. Si les résultats devaient se révéler insatisfaisants, elle pourrait proposer d'autres mesures, y compris de nature réglementaire.

La Commission demandera l'aide de l'ERGA, le réseau indépendant des régulateurs de l'audiovisuel, au titre de la directive «Services de médias audiovisuels» (ci-après la «directive SMA»), pour contrôler la mise en œuvre du code dans les différents États membres. L'ERGA est le mieux placé pour mener cette mission au vu de l'expertise et des compétences de ses membres. La Commission peut aussi demander l'aide de l'observatoire européen de l'audiovisuel.

Dans le cadre du suivi de la mise en œuvre du code, la Commission envisage de recueillir les informations suivantes auprès des signataires:

A. Contrôle des placements de publicité	
1. Mise en place de politiques et de processus visant à interrompre la publicité et les incitations à la monétisation pour les comportements en cause	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de comptes supprimés pour violation des politiques des plateformes en matière de publicité (p. ex. politiques de lutte contre la présentation erronée d'informations) • Politiques mises en place pour rétrograder les sites ou les comptes qui diffusent de la désinformation ou des informations non authentiques (p. ex. le piège à clics). • Pourcentage de contrats entre les annonceurs et les gestionnaires de réseaux publicitaires comprenant des clauses de sécurité des marques (<i>brand safety</i>) empêchant le placement de publicités sur les sites web de désinformation • Nombre de sites web bloqués pour duplication ou «moissonnage» de contenu produit par d'autres sites web
B. Publicité à caractère politique et publicité engagée	
2. Toutes les publicités devraient être clairement différenciables du contenu éditorial	<ul style="list-style-type: none"> • Publicités correctement étiquetées comme étant du contenu publicitaire à caractère politique en % du nombre total de publicités à caractère politique • Mesures prises pour garantir l'étiquetage correct de toutes les publicités à caractère politique • Nombre de publicités à caractère politique ou engagées retirées pour non-respect des orientations des plateformes en matière de transparence de la publicité à caractère politique
3. Permettre la publication de la publicité à caractère politique	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'entrées ajoutées aux répertoires de publications • Informations sur les montants reçus des partis politiques, des candidats,

	<p>des campagnes et des fondations pour la publicité à caractère politique ou engagée</p> <ul style="list-style-type: none"> • Politiques visant à vérifier l'identité des annonceurs politiques
4. Concevoir des méthodes de publication des «publicités engagées»	<ul style="list-style-type: none"> • Informations sur les progrès réalisés en matière de réalisation de cet engagement
C. Intégrité des services	
5. Mettre en place des politiques claires en matière d'identité et d'utilisation abusive de robots informatiques sur leurs services	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de faux comptes actifs identifiés • Nombre de faux comptes actifs identifiés désactivés pour violation des politiques des plateformes • Informations sur les mesures visant à garantir que tous les robots sont clairement étiquetés comme tels • Nombre de posts, d'images, de vidéos ou de commentaires contre lesquels des mesures ont été prises pour violation des politiques des plateformes en matière d'utilisation abusive des robots informatiques
6. Mettre en place des politiques sur ce qui constitue un usage inadmissible de systèmes automatisés	<ul style="list-style-type: none"> • Informations sur les politiques relatives à l'utilisation abusive des robots, y compris informations sur les interactions régies par les robots • Nombre de robots désactivés pour activités malveillantes violant les politiques des plateformes
D. Responsabilisation des consommateurs	
7. Investir dans les produits, technologies et programmes [...] pour aider les citoyens à prendre des décisions éclairées lorsqu'ils sont confrontés à des informations en ligne qui peuvent être fausses	<ul style="list-style-type: none"> • Informations sur les investissements réalisés dans ces outils ou autres progrès vers la réalisation de cet engagement • Informations sur l'utilisation réelle de ces outils par les consommateurs • Informations sur les collaborations avec les organisations de médias et les vérificateurs de faits pour réaliser cet engagement, y compris le développement d'indicateurs de fiabilité • Informations sur les mesures permettant de rendre le contenu vérifié plus visible et diffusé
8. Investir dans les moyens technologiques visant à afficher en priorité les informations pertinentes, authentiques et dignes de foi dans les moteurs de recherche, les fils d'actualité ou d'autres canaux de diffusion opérant par classement automatique	<ul style="list-style-type: none"> • Informations sur les progrès réalisés en matière de réalisation de cet engagement • Informations sur les collaborations avec les organisations de médias et les vérificateurs de faits pour réaliser cet

	engagement, y compris le développement d'indicateurs de fiabilité
9. Investir dans des éléments et des outils qui aident les citoyens à trouver plus facilement des points de vue divers sur les sujets d'intérêt public	<ul style="list-style-type: none"> • Informations sur les investissements réalisés dans ces outils ou autres progrès vers la réalisation de cet engagement • Informations sur la disponibilité de tels outils et leur utilisation par les consommateurs
10. Partenariat avec la société civile, les gouvernements, les établissements d'enseignement et les autres parties prenantes pour soutenir les efforts visant à améliorer la pensée critique et l'éducation aux médias numériques	<ul style="list-style-type: none"> • Informations sur les initiatives prises ou prévues par les signataires, y compris le niveau de couverture dans les États membres
11. Encourager la pénétration sur le marché des outils qui aident les consommateurs à comprendre pourquoi ils voient certaines publicités	<ul style="list-style-type: none"> • Informations sur la pénétration réelle de ces outils et leur utilisation par les consommateurs
E. Responsabilisation de la communauté de la recherche	
12. Soutenir les efforts indépendants de bonne foi pour repérer la désinformation et comprendre son impact	<ul style="list-style-type: none"> • Informations sur les collaborations avec les vérificateurs de faits et les chercheurs, notamment partage des informations
13. Ne pas interdire ni décourager la recherche de bonne foi de la désinformation et de la publicité à caractère politique sur leurs plateformes	<ul style="list-style-type: none"> • Informations sur les politiques mettant en œuvre cet engagement
14. Encourager la recherche en matière de désinformation et de publicité à caractère politique	<ul style="list-style-type: none"> • Informations sur les politiques mettant en œuvre cet engagement
15. Organiser un événement annuel pour stimuler les discussions avec les universités, la communauté de vérificateurs de faits et les membres de la chaîne de valeur	<ul style="list-style-type: none"> • Rapport sur l'événement annuel

Ces informations devraient être fournies pour chaque État membre afin de permettre d'évaluer les écarts et variations dans la mise en œuvre du code et l'impact de ce dernier dans l'Union.

La Commission reconnaît, comme l'affirme le code, que «*comme les différents signataires agissent différemment, avec des objectifs, des technologies et des publics différents, le code permet différentes méthodes pour accomplir l'esprit des dispositions qu'il contient*». Les informations fournies par les signataires devraient dès lors tenir compte des particularités de leurs services respectifs.

Il est également important de parvenir à un équilibre entre le droit à la liberté d'expression et le besoin pour les citoyens d'être correctement informés. Dans ce contexte, il convient de garder à l'esprit que la désinformation ne remplit très souvent pas les critères pour être qualifiée de contenu illégal. Lorsque c'est le cas (p. ex. diffamation ou discours haineux), elle fera également l'objet de mesures correctives spécifiques en vertu du droit national ou du droit de l'Union (p. ex. retrait de contenu), dont l'efficacité peut être quantifiable. Le code répond à une série d'objectifs liés à la désinformation, dont certains peuvent être quantifiés,

comme la transparence des publicités à caractère politique ou les mesures de réduction du nombre de faux comptes, alors que d'autres, comme la responsabilisation des consommateurs, peuvent être réalisés de façons qui ne sont pas toujours quantifiables. Pour ces raisons, l'évaluation globale du code comprendra nécessairement des données d'analyse qualitatives et quantitatives, le cas échéant.

2.1.2 Renforcer la vérification des faits, les connaissances collectives et la capacité de contrôle en matière de désinformation

La Commission s'est engagée, dans un premier temps, à soutenir la création d'un réseau européen indépendant de vérificateurs de faits. Dans un second temps, elle s'est engagée à lancer une plateforme européenne en ligne sécurisée sur la désinformation, proposant des outils de collecte transfrontière et d'analyse de données, ainsi qu'un accès à des données ouvertes à l'échelle européenne et à des données sur l'utilisation des plateformes en ligne, afin de soutenir la détection et l'analyse des sources de désinformation et des schémas de diffusion.

La Commission a organisé une série de réunions techniques avec des représentants de la communauté de vérificateurs de faits en 2018. Elle a sélectionné les projets pertinents dans le cadre du programme pour la recherche et l'innovation Horizon 2020. En outre, la Commission a organisé, en coopération avec le Parlement européen, une conférence de vérification de faits en vue des élections européennes⁷.

Ces actions ont contribué à:

- cartographier et mettre en réseau des organisations de vérification de faits indépendantes dans les États membres;
- évaluer quels outils et services sont indispensables et peuvent améliorer les activités de vérification de faits et leurs effets (p. ex. accès aux données d'Eurostat, outils de traduction, flux automatique de vérifications de faits produits par les organisations de vérificateurs de faits concernées);
- déterminer les normes professionnelles et éthiques pour la vérification de faits indépendante; et
- fournir des outils et un soutien infrastructurel aux organisations de vérification de faits.

En particulier, une action de soutien intitulée **SOMA** (*Social Observatory for Disinformation and Social Media Analysis*)⁸ a été sélectionnée dans le cadre du programme Horizon 2020 afin de créer une communauté pluridisciplinaire, comprenant des vérificateurs de faits et des chercheurs universitaires, visant à accroître les capacités de détection et d'analyse et à mieux comprendre différents types de menaces liées à la désinformation. À cette fin, le SOMA, lancé le 1^{er} novembre 2018, fournira une infrastructure informatique pilote.

Pour préparer la deuxième étape, la Commission a proposé, dans le programme de travail 2019 du mécanisme pour l'interconnexion en Europe, la création d'une nouvelle infrastructure de services numériques visant à l'établissement d'une plateforme européenne sur la désinformation. L'infrastructure de services numériques devrait renforcer la collaboration entre les vérificateurs de faits et les chercheurs universitaires afin d'assurer la couverture totale du territoire de l'Union et de faciliter le développement et l'interconnexion des organisations nationales concernées.

⁷ <http://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20180920IPR14065/fact-checking-in-the-eu>.

⁸ www.disinfoobservatory.org.

Les actions menées par la Commission ont accru l'intérêt pour les activités de vérification de faits en Europe. Les plateformes en ligne, les médias et les vérificateurs de faits prévoient des projets en vue des élections européennes.

Par exemple, le réseau international de vérification des faits [*International Fact-Checking Network* (IFCN)] met sur pied une alliance des vérificateurs de faits européens qui devrait contribuer à un projet axé sur les élections du Parlement européen. Un projet similaire est envisagé par l'Union européenne de radio-télévision (UER), qui représente les organisations de médias de service public. Les plateformes en ligne telles que Google et Facebook ont exprimé leur intérêt à collaborer avec ces projets. L'action de soutien SOMA devrait promouvoir la coopération entre ces initiatives et renforcer leur efficacité et leurs effets.

Le projet devrait fonctionner selon les normes professionnelles établies et reconnues (p. ex. les principes IFCN, la recherche éthique et les normes journalistiques). En outre, les participants doivent agir en toute indépendance, libres de toute ingérence publique, sur la base des règles de gouvernance établies par les organisations participantes.

Toutefois, les efforts actuels de vérification des faits ne fournissent pas une couverture géographique suffisante ou n'ont pas la capacité de suivre le rythme d'accroissement des volumes d'informations en ligne. Par exemple, le réseau IFCN ne couvre actuellement que 12 États membres. Le réseau de vérification de faits de l'UER, s'il couvre toute l'Europe, ne fournit des services qu'aux membres de l'UER. En outre, les activités de vérification de faits sont très souvent limitées à la vérification de contenus en ligne, sans analyse des sources et schémas de la désinformation.

Bien que l'infrastructure de services numériques financée au titre du programme du mécanisme pour l'interconnexion en Europe doive fournir des moyens pour faciliter la mise en réseau et l'échange transfrontière d'informations entre les vérificateurs de faits et les chercheurs universitaires, une réponse efficace et effective aux menaces liées à la désinformation nécessite le renforcement des capacités de détection et d'analyse sur la base de la connaissance spécifique des environnements d'information locaux. En conséquence, il convient de mettre en place des communautés pluridisciplinaires de vérificateurs de faits et de chercheurs universitaires au niveau national, ce qui nécessitera la coopération active des États membres.

2.1.3. Promouvoir la responsabilité en ligne

Pour accroître la confiance et la responsabilité en ligne, la Commission s'est engagée à promouvoir l'utilisation volontaire de systèmes en ligne permettant l'identification des fournisseurs d'information sur la base de moyens d'identification et d'authentification électroniques fiables.

À cette fin, la Commission a mobilisé le réseau de coopération établi dans le cadre du règlement sur les services d'identification et d'authentification électroniques (eIDAS) et lancé des discussions sur la manière de progresser dans ce domaine lors de la 10^e réunion du réseau de coopération qui s'est tenue le 11 juillet 2018.

La Commission participe également au projet **Co-inform**, dans le cadre d'Horizon 2020, dont l'objectif est de créer un outil technologique grâce à la méthode de cocréation, afin de garantir que les responsables politiques, les vérificateurs de faits et les citoyens participent à l'amélioration de l'efficacité des technologies de détection de la désinformation. Le projet associe des chercheurs universitaires, des entreprises technologiques et des vérificateurs de faits de différents États membres. Il devrait envisager l'utilisation de moyens d'identification

et d'authentification fiables, respectant le règlement eIDAS, aux fins de l'identification des fournisseurs d'informations, dans le but de tester cette méthode dans leurs outils.

Le projet devrait soutenir le réseau de coopération dans ses efforts visant à promouvoir l'adoption volontaire des outils et services eIDAS pour l'identification et l'authentification sécurisées des fournisseurs d'informations (sites web, personnes physiques et morales).

Le dialogue entre la Commission et les États membres en 2018 a sensibilisé à la manière dont les outils et services eIDAS pouvaient être utilisés pour combattre la désinformation en renforçant la responsabilisation et en encourageant un comportement en ligne plus responsable. La Commission continuera à travailler avec le réseau de coopération et les fournisseurs de plateformes pour stimuler le développement et l'utilisation volontaire de systèmes d'identification sécurisée des fournisseurs d'informations sur la base des normes de sécurité et de protection de la vie privée les plus élevées, y compris l'utilisation possible de pseudonymes vérifiés.

2.1.4. Tirer parti des nouvelles technologies

La Commission entend utiliser pleinement le programme-cadre Horizon 2020 pour mobiliser les nouvelles technologies et examiner la possibilité d'apporter un soutien supplémentaire aux outils de lutte contre la désinformation, en s'attachant à raccourcir les délais de mise sur le marché des résultats des activités d'innovation à forte incidence et à encourager les partenariats entre les chercheurs et les entreprises.

En 2013, la Commission a commencé à financer les premières actions de recherche et d'innovation axées sur le développement de nouvelles technologies visant à aider à évaluer la véracité des contenus postés en ligne. Les projets comme **SocialSensor** et **Reveal** ont été des pionniers en la matière et ont développé des outils désormais utilisés par de grands organes de presse et des organisations non gouvernementales.

Actuellement, dans le cadre du Conseil européen de la recherche (CER) et d'Horizon 2020, plusieurs actions visent à améliorer la compréhension de la désinformation en ligne et à développer de nouveaux outils de vérification de contenus. Les projets **Comprop** et **Botfind** du CER étudient comment les systèmes automatisés de diffusion et de ciblage des propagandes ont une incidence sur le discours public en Europe. Le projet **Debunker** du CER étudie, d'un point de vue théorique, le problème des perceptions erronées des questions de société au sein de la population européenne et les stratégies possibles pour réduire leur impact.

Le projet **Invid** d'Horizon 2020 se concentre sur le développement d'outils permettant de vérifier les contenus audiovisuels. Ces outils sont essentiels étant donné que les technologies de trucage des vidéos et de création de «*deep fakes*» (permutation intelligente de visages) sont de plus en plus faciles d'accès et d'utilisation. Un autre projet d'Horizon 2020, **Fandango**, examine les solutions aidant les médias traditionnels à mieux détecter les faux récits en ligne.

Comme les technologies de l'information et le phénomène de la désinformation en ligne évoluent rapidement, la Commission a décidé d'intensifier ses efforts. Elle a sélectionné quatre nouvelles actions de recherche et d'innovation, dotées d'une enveloppe de l'Union de 10 000 000 EUR. Les actions sélectionnées sont les suivantes: Eunomia (solution libre gratuite permettant d'identifier les sources d'information), SocialTruth (écosystème distribué qui permet un accès aisé à divers services de vérification), Provenance (solution sans intermédiaire de vérification de contenus numériques) et WeVerify (vérification de contenus au moyen d'une méthode de vérification participative). Ces nouveaux projets visent à développer des services pour les communautés qui luttent contre la désinformation en ligne.

Par ailleurs, dans la proposition de programme «Horizon Europe»⁹, la Commission propose de déployer des efforts pour:

- préserver la stabilité démocratique et économique grâce au développement de nouveaux outils permettant de lutter contre la désinformation en ligne;
- mieux comprendre le rôle des normes journalistiques et des contenus générés par les utilisateurs dans une société hyperconnectée; et
- soutenir les applications et services internet de nouvelle génération, notamment les médias, médias sociaux et réseaux sociaux immersifs et fiables.

2.2 Sécurité et résilience des processus électoraux

Le deuxième ensemble d'actions concerne les tactiques de manipulation et de désinformation utilisées lors des processus électoraux. Afin de permettre des processus électoraux sécurisés et résilients, la communication proposait de démarrer un dialogue permanent pour soutenir les États membres dans la gestion des risques que font peser les cyberattaques et la désinformation sur les processus électoraux démocratiques, en particulier dans la perspective des élections européennes de 2019.

À cette fin, la Commission a entamé, en 2018, un dialogue constructif avec les États membres. Celui-ci a notamment consisté en un premier échange lors de la conférence sur les bonnes pratiques électorales qui s'est tenue les 25 et 26 avril 2018, à laquelle ont également participé des représentants du groupe de coopération sur la sécurité des réseaux et de l'information (SRI) et des comités électoraux.

Sur la base des contributions des autorités chargées de la mise en œuvre de la directive SRI¹⁰ et du soutien fourni par la Commission et l'Agence de l'Union européenne chargée de la sécurité des réseaux et de l'information (ENISA), le groupe de coopération SRI a présenté un recueil sur la cybersécurité des technologies électorales¹¹ en juillet 2018. Le recueil est un document pratique qui examine des menaces spécifiques et donne des exemples utiles aux comités électoraux sur la manière de gérer les risques qui pèsent sur la cybersécurité des élections.

La conférence de haut niveau intitulée «*Election Interference in the Digital Age: Building Resilience to Cyber-Enabled Threats*»¹² s'est tenue les 15 et 16 octobre 2018 à Bruxelles. Elle a permis aux participants d'acquérir une meilleure compréhension des questions liées à la cybersécurité des élections et a permis aux autorités compétentes en matière de SRI et aux comités électoraux de discuter des prochaines étapes possibles de la mise en œuvre des mesures de sécurité pertinentes en ce qui concerne les prochaines élections européennes.

La Commission a réuni un large éventail de parties prenantes pour discuter de la démocratie en Europe, y compris du processus électoral résilient et du débat démocratique ouvert, lors de son colloque annuel sur les droits de l'homme, qui s'est tenu les 26 et 27 novembre à Bruxelles. Plusieurs centaines de parties prenantes y ont participé, dont des responsables politiques nationaux et européens, des organisations internationales, des organisations de la

⁹ COM(2018) 435.

¹⁰ Directive (UE) 2016/1148 du Parlement européen et du Conseil du 6 juillet 2016 concernant des mesures destinées à assurer un niveau élevé commun de sécurité des réseaux et des systèmes d'information dans l'Union.

¹¹ Publication 03/2018 du groupe de coordination - *Compendium on cyber security of election technology*. Disponible à l'adresse suivante: http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=53645.

¹² https://ec.europa.eu/epsc/events/election-interference-digital-age-building-resilience-cyber-enabled-threats_en.

société civile, des représentants des médias et des médias sociaux, des représentants du monde de l'entreprise et de l'enseignement, et ont établi de nouvelles voies pour favoriser la participation démocratique libre, ouverte et saine.

La Commission donnera suite aux conclusions du colloque¹³, notamment grâce au travail des réseaux de coopération électorale aux niveaux national et européen, qui sont actuellement établis dans le cadre du paquet électoral de la Commission de septembre 2018¹⁴. Les réseaux électoraux nationaux réuniront les autorités chargées des élections et d'autres autorités, y compris les régulateurs des médias, et les autorités de protection des données et de cybersécurité. Le réseau européen de coopération soutiendra l'échange d'informations et de bonnes pratiques entre États membres et organes de l'Union et se réunira pour la première fois en janvier 2019.

Les activités de la Commission en 2018 ont renforcé le dialogue entre la Commission et les États membres, en sensibilisant et renforçant les capacités de gérer les risques qui pèsent sur le processus électoral démocratique du fait des cyberattaques et de la désinformation.

2.3 Promotion de l'enseignement et de l'éducation aux médias

La troisième série d'actions se concentre sur la promotion de l'enseignement et de l'éducation aux médias. Le développement des compétences numériques essentielles tout au long de la vie est indispensable pour renforcer la résilience de nos sociétés à la désinformation. La communication proposait de nouvelles actions à cet effet, notamment: encourager les vérificateurs de faits indépendants et les organisations de la société civile à fournir du matériel pédagogique aux écoles et aux éducateurs; organiser une semaine européenne de l'éducation aux médias; examiner la possibilité d'ajouter l'éducation aux médias aux critères utilisés par l'OCDE dans ses rapports comparatifs sur le suivi international des acquis des élèves; et encourager davantage la mise en œuvre des initiatives en cours en matière de compétences, d'éducation et de stages dans le domaine numérique.

À la suite de l'adoption de la communication, les signataires du code de bonnes pratiques contre la désinformation se sont engagés à collaborer avec la société civile, les gouvernements, les établissements éducatifs et d'autres parties prenantes pour soutenir les efforts visant à améliorer la pensée critique et l'éducation aux médias numériques, y compris des actions de formation et la fourniture d'outils pour aider les utilisateurs à déceler la désinformation.

En juin 2018, la Commission a discuté avec les autorités nationales et les parties prenantes, dans le cadre du groupe d'experts sur l'éducation aux médias, des options possibles pour l'organisation de la semaine européenne de l'éducation aux médias en 2019 afin de sensibiliser à la désinformation. Cette semaine devrait combiner des événements et des initiatives au niveau de l'Union à des événements au niveau national (ateliers, portes ouvertes dans les salles de presse et cours pratiques sur l'utilisation des médias sociaux) pour bénéficier d'un effet multiplicateur. Elle devrait également chercher à faire participer les parties prenantes appartenant à la communauté «Internet plus sûr» et à la coalition en faveur des compétences et des emplois numériques afin de permettre des synergies avec ces

¹³ Ce suivi se concentrera sur les actions pour lesquelles un consensus a été trouvé, ce qui pourrait inclure, par exemple, une évaluation du caractère suffisant, dans l'environnement en ligne, des règles nationales existantes en matière de transparence de la publicité à caractère politique.

¹⁴ https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/soteu2018-cybersecurity-elections-recommendation-5949_en.pdf.

initiatives. La semaine devrait fortement se concentrer sur le problème de la lutte contre la désinformation en vue des élections européennes à venir en 2019.

La Commission a cofinancé des centres pour un internet plus sûr dans les États membres afin qu'ils agissent comme multiplicateurs dans la campagne #SaferInternet4EU, qui vise à sensibiliser à l'éducation aux médias, à informer les parents et les professionnels des opportunités et des risques en ligne et à promouvoir une utilisation positive des médias chez les enfants et les jeunes. En particulier, cette campagne contribue à habiliter les utilisateurs en ligne à reconnaître les possibles distorsions d'informations, glissements d'informations ou désinformations¹⁵.

En outre, la directive SMA révisée à venir, déjà approuvée par le Conseil le 6 novembre 2018, reconnaît l'importance de l'éducation aux médias et introduit une obligation légale pour les États membres selon laquelle ces derniers «promouvent le développement des compétences liées à l'éducation aux médias et prennent des mesures dans ce sens» (article 33 *bis*). En outre, compte tenu du rôle central joué par les plateformes de partage de vidéos dans l'accès au contenu audiovisuel et de la responsabilité sociétale qui en découle, la directive SMA révisée les oblige à «prévoir des mesures et des outils d'éducation aux médias efficaces et sensibiliser les utilisateurs à ces mesures et outils» [article 28 *ter*, paragraphe 3, point j)]. Ces dispositions introduisent des règles en matière d'éducation aux médias destinées aux États membres et aux plateformes de partage de vidéos et établissent un système de corégulation prévoyant une coopération renforcée entre le secteur, la société civile, les États membres et les autorités de régulation.

En vertu de cette directive, les États membres devront soumettre un rapport à la Commission sur la mise en œuvre de leurs plans en matière d'éducation aux médias. La Commission, en concertation avec le comité de contact, publiera des lignes directrices sur le champ d'application de cette obligation de soumettre un rapport.

Les autorités nationales de régulation dans le domaine de l'audiovisuel ont également collaboré avec l'ERGA (le groupe des régulateurs pour les services de médias audiovisuels de la Commission) sur la pluralité des médias, abordant des problèmes tels que la couverture médiatique équilibrée et impartiale pendant les élections, les sondages d'opinion et les campagnes politiques.

En outre, la Commission a poursuivi en 2018 sa discussion avec l'OCDE sur la possibilité d'ajouter l'éducation aux médias aux critères utilisés par cette dernière dans ses rapports comparatifs, en se concentrant sur le questionnaire à venir pour le Programme international pour le suivi des acquis des élèves (PISA) 2021. À cette fin, l'OCDE était ouverte à la suggestion de la Commission de mentionner la désinformation en ligne et les fausses informations dans le questionnaire sur les connaissances informatiques, qui devrait alimenter l'examen des critères d'évaluation PISA. L'OCDE est actuellement en train d'affiner le questionnaire, avec des projets de questions qui devraient être testées en 2019.

En ce qui concerne les compétences numériques, 23 coalitions nationales, qui ont été créées depuis le lancement de la coalition en faveur des compétences et des emplois numériques en décembre 2016, ont proposé un grand nombre d'activités comme des formations en ligne et en face à face, des campagnes de sensibilisation et des certifications afin de permettre aux Européens d'améliorer leurs compétences numériques.

¹⁵ Des informations régulièrement mises à jour, des ressources et une liste des événements pour un internet plus sûr dans les États membres sont disponibles sur le portail: www.betterinternetforkids.eu.

En octobre 2018, le conseil de direction de la coalition en faveur des compétences et des emplois numériques, établi en septembre 2017, a présenté ses priorités pour les mois à venir. Celles-ci incluront la promotion et la mobilisation des outils existants pour soutenir l'acquisition des compétences numériques pour tous et le développement de la semaine européenne du code¹⁶ pour atteindre au moins 50 % de toutes les écoles de l'Union d'ici à 2020.

2.4. Soutien d'un journalisme de qualité, en tant que rouage essentiel d'une société démocratique

Le quatrième ensemble d'actions vise à soutenir un journalisme de qualité en tant que rouage essentiel d'une société démocratique. Des médias d'information et un journalisme de qualité sont propres à dévoiler et à atténuer la désinformation, en fournissant aux citoyens des informations diversifiées et de qualité. Dans sa communication, la Commission a proposé de renforcer la transparence et la prévisibilité des règles en matière d'aides d'État pour le secteur des médias en mettant à la disposition du public un répertoire en ligne des décisions. Elle s'est également engagée à lancer un appel à propositions, en 2018, en vue de la production et de la diffusion de contenus d'information de qualité sur les affaires européennes au moyen de médias d'information fondés sur les données et à examiner les moyens d'accroître le financement en soutien aux initiatives visant à promouvoir la liberté et le pluralisme des médias, ainsi qu'à la modernisation des salles de presse.

À la suite de cette communication, la Commission a mis à la disposition du public, sur son site web, un répertoire en ligne des règles applicables en matière d'aides d'État et des affaires précédentes dans le domaine concerné¹⁷. Ce répertoire référence les règles applicables en matière d'aides d'État et les décisions pertinentes de la Commission concernant les aides d'État aux services publics de radiodiffusion et les aides d'État à la presse, et fournit des liens vers des commentaires intéressants du bulletin d'information sur la politique de concurrence de la Commission (*Competition Policy Newsletter*). Des informations actualisées sur les aides accordées par les États membres dans ces domaines sont accessibles via le registre de transparence¹⁸.

En outre, la Commission a lancé, le 26 juin 2018, un appel à propositions doté d'un budget estimé à 1,9 million d'EUR, en vue de la production et de la diffusion de contenus d'information de qualité sur les affaires européennes au moyen de médias d'information fondés sur les données. L'appel à propositions a été clôturé le 25 septembre. Il a donné lieu à quatre propositions de projets. L'évaluation des propositions est en cours, et il est prévu que les projets auxquels une subvention a été accordée démarrent au premier trimestre de l'année 2019.

En sus des projets de R&D présentés au point 2.1.4, le programme de travail 2020 au titre d'Horizon 2020 assurera des investissements supplémentaires dans des projets d'innovation en vue de sélectionner, de lancer et de faire mûrir des idées de services et d'outils novateurs pour favoriser la modernisation des salles de presse.

Afin de consolider les actions en faveur d'un journalisme de qualité, de la liberté des médias, du pluralisme des médias et de l'éducation aux médias, la Commission propose un budget spécifique dans le prochain cadre financier pluriannuel (2021-2027, Europe créative, volet

¹⁶ La semaine européenne du code est une initiative citoyenne qui vise à apprendre la programmation et l'alphabétisation numérique à tous de manière amusante et attrayante. <https://codeweek.eu/>.

¹⁷ http://ec.europa.eu/competition/sectors/media/overview_en.html#disinformation.

¹⁸ <https://webgate.ec.europa.eu/competition/transparency/public/search/home?lang=fr>.

transsectoriel). Cela devrait permettre de répondre aux changements structurels auxquels le secteur des médias doit faire face, en encourageant et en surveillant la diversité et le pluralisme de l'environnement médiatique.

S'agissant de promouvoir la liberté des médias, ainsi que des médias d'information et un journalisme de qualité, la Commission a cofinancé les activités du Centre européen pour la liberté de la presse et des médias¹⁹. En 2018, la mission principale de ce dernier a consisté à soutenir les journalistes d'investigation, par l'octroi de bourses à des travaux journalistiques d'investigation transfrontières. En juin 2018, un jury indépendant a sélectionné 12 projets de journalisme d'investigation en vue d'un financement au titre du cycle inaugural du fonds IJ4EU.

En outre, dans le cadre d'un financement du Parlement européen, trois appels à propositions pour des projets pilotes sont en cours de lancement en vue de soutenir des projets dans les domaines suivants:

- un programme d'échange pour les professionnels des médias;
- un programme de stages s'adressant aux journalistes travaillant dans des médias en langues minoritaires;
- un projet visant à établir la cartographie des conseils des médias et à leur apporter un appui.

Enfin, l'Agence des droits fondamentaux a poursuivi ses travaux de mise au point d'une «boîte à outils» pour les professionnels des médias, qui est une plateforme en ligne de renforcement des capacités donnant accès à des contenus développés par des acteurs des médias privés en vue d'aider les journalistes à produire des informations de qualité.

2.5 Éliminer les menaces de désinformation internes et externes grâce à une communication stratégique

Dans le droit fil de la communication d'avril dernier, la Commission européenne s'est employée à assurer la coordination interne de ses activités de communication visant à lutter contre la désinformation. Dans ce contexte, elle a mis sur pied un réseau interne de lutte contre la désinformation dont l'objectif principal est de permettre à ses services de mieux détecter les discours préjudiciables, de promouvoir une culture de la vérification des faits, d'apporter des réponses rapides et de consolider la diffusion effective de messages positifs²⁰. La Commission a renforcé sa coopération avec le Parlement européen et la task force East Stratcom (une cellule de communication stratégique couvrant l'Europe orientale), par l'intermédiaire d'un forum tripartite visant à définir les modalités des efforts respectifs que les institutions doivent déployer en matière de lutte contre la désinformation dans la perspective des élections européennes de 2019.

3. SYNTHÈSE

Globalement, les actions exposées dans la communication ont été réalisées ou entreprises au cours de l'année 2018. Les plateformes en ligne et le secteur de la publicité ont adopté un

¹⁹ Le Centre européen pour la liberté de la presse et des médias, établi à Leipzig, a pour objectif principal d'unir la communauté – fragmentée – des défenseurs de la liberté des médias d'Europe et de s'attaquer aux violations de la liberté des médias dans les États membres de l'UE et au-delà. Le Centre apporte une aide concrète aux journalistes qui en ont besoin et s'emploie, en coopération avec des partenaires, à sensibiliser l'opinion aux questions en rapport avec la liberté des médias dans l'UE et les pays candidats. Les partenaires du Centre surveillent et défendent la liberté des médias dans l'UE et les pays candidats.

²⁰ Ce réseau englobe également les représentations de la Commission dans les États membres.

code de bonnes pratiques visant à accroître la transparence en ligne et à protéger les consommateurs, dans la perspective particulière des élections européennes de 2019. Un réseau de vérificateurs de faits, en cours de création, permettra de renforcer les capacités à détecter et à démonter les discours mensongers. La Commission facilitera leur travail en leur fournissant les infrastructures nécessaires sans s’immiscer dans leurs activités. Les parties prenantes devraient avoir accès à un certain nombre d’outils de recherche et d’innovation permettant de détecter et de combattre la désinformation, tandis que les consommateurs devraient bénéficier d’une meilleure responsabilité en ligne des fournisseurs d’information. La nécessité de protéger les processus démocratiques contre les cybermenaces fait l’objet d’une plus grande prise de conscience dans les différents États membres. Celle-ci va de pair avec des efforts soutenus, au niveau de l’UE et au niveau national, pour relever le niveau d’éducation aux médias et responsabiliser les utilisateurs, en particulier les jeunes générations, et améliorer l’esprit critique. Le soutien à un journalisme de qualité devrait également contribuer à atténuer la désinformation et à fournir aux citoyens des informations diversifiées et de qualité.

La Commission suivra de près la mise en œuvre des actions en cours dont il est question dans le présent rapport, en particulier le code de bonnes pratiques contre la désinformation, et continuera à évaluer si d’autres actions, notamment des mesures à caractère réglementaire, sont nécessaires.