



# LE ROLE DES PLATEFORMES EN LIGNE DANS LA LUTTE CONTRE LA MANIPULATION DE L'INFORMATION

Fiche pratique publié le 22/11/2023, vu 507 fois, Auteur : [Murielle Cahen](#)

**Depuis l'avènement d'Internet et des réseaux sociaux, la désinformation est devenue un problème majeur dans notre société.**

**En effet, n'importe qui peut désormais diffuser des informations sans vérification ni contrôle, entraînant ainsi une diffusion massive de fausses nouvelles.**

Cette situation est d'autant plus préoccupante lors des périodes électorales, où la manipulation de l'information peut entraîner des conséquences graves sur le choix des électeurs.

Pour faire face à ce défi, la France a adopté le 22 décembre 2018 une loi relative à la lutte contre la manipulation de l'information. Cette loi vise à protéger la démocratie en renforçant la transparence des contenus diffusés en ligne, en obligeant les plateformes à mettre en place des mesures de lutte contre la désinformation et confère des pouvoirs de sanctions à l'ARCOM (anciennement le CSA).

Les révélations récentes concernant la manipulation d'élections à grande échelle et le piratage de responsables politiques africains par une société israélienne ont ravivé les préoccupations liées à la propagation de fausses informations sur Internet. Il est donc impératif de rester vigilant et de lutter contre la diffusion de fausses informations à notre niveau.

## **I. Le devoir de coopération des opérateurs de plateforme en ligne lors des périodes électorales**

Même si le juge peut prendre des mesures pour lutter contre la manipulation de l'information, les opérateurs de plateformes en ligne ont la responsabilité de [réguler les contenus qui se propagent sur leur plateforme](#). Dans cet objectif, la loi du 22 décembre 2018 impose aux plateformes en ligne un devoir de coopération durant les périodes électorales, qui implique à la fois des obligations de moyens et des obligations de transparence.

### **A. Les plateformes concernées**

Codifié à l'article 163-1 du Code électoral, les opérateurs plateformes en ligne concernés par ces obligations lors des périodes électorales sont ceux visés à l'article L. 111-7 du Code de la consommation.

Comme le précise cet article « *Est qualifiée d'opérateur de plateforme en ligne toute personne physique ou morale proposant, à titre professionnel, de manière rémunérée ou non, un service de communication au public en ligne reposant sur :*

*1<sup>o</sup> Le classement ou le référencement, au moyen d'algorithmes informatiques, de contenus, de biens ou de services proposés ou mis en ligne par des tiers ;*

*2<sup>o</sup> Ou la mise en relation de plusieurs parties en vue de la vente d'un bien, de la fourniture d'un service ou de l'échange ou du partage d'un contenu, d'un bien ou d'un service. »*

Conformément au décret du 10 avril 2019, sont uniquement visés les opérateurs de plateforme en ligne dépassant un seuil de 5 millions de visiteurs unique par mois calculé sur la base de la dernière année civile ([Décret n° 2019-297, 10 avr. 2019 relatif aux obligations d'information des opérateurs de plateforme en ligne assurant la promotion de contenus d'information se rattachant à un débat d'intérêt général](#), JO 11 avr., n° 40). Ce décret est désormais codifié aux articles D. 102-1, I et suivants du Code électoral.

## **B. Les obligations des opérateurs de plateformes en ligne lors des périodes électorales**

La loi du 22 décembre 2018 relative à la manipulation de l'information poursuit une logique de responsabilisation des opérateurs de plateforme en ligne, dans l'objectif de construire une relation de confiance entre eux, les pouvoirs publics et la société civile.

### 1. Périodes électorales

Les obligations visées à l'article 163-1 du Code électoral ont vocation à s'appliquer « pendant les trois mois précédant le premier jour du mois d'élections générales et jusqu'à la date du tour de scrutin où celles-ci sont acquises ».

Sont visées par ces dispositions l'élection du Président de la République, les élections générales des députés, l'élection des sénateurs, l'élection des représentants au Parlement européen et les consultations référendaires.

### 2. Détails des obligations

Le dispositif légal exige des principaux opérateurs de plateformes en ligne de fournir des informations claires et transparentes sur l'identité des personnes ou des entreprises qui paient pour promouvoir des contenus liés à des débats d'intérêt général toujours dans l'optique de lutter contre la propagation de fausses informations pendant les périodes électorales.

Par ailleurs, ils devront « fournir à l'utilisateur une information loyale, claire et transparente sur [l'utilisation de ses données personnelles](#) dans le cadre de la promotion d'un contenu d'information se rattachant à un débat d'intérêt général ».

Enfin, ces opérateurs de plateforme devront également « rendre public le montant des rémunérations reçues en contrepartie de la promotion de tels contenus d'information lorsque leur montant est supérieur à un seuil déterminé. »

L'article D. 102-1 du Code électoral précise que « *le montant de rémunération à partir duquel ces opérateurs sont soumis aux obligations du 3<sup>o</sup> de l'article L. 163-1 est fixé à 100 euros hors taxe, pour chaque contenu d'information se rattachant à un débat d'intérêt général.* »

Conformément aux dispositions des articles L. 163-1 et D.102-2 du Code électoral, ces informations sont agrégées au sein d'un registre mis à la disposition du public par voie électronique, dans un format ouvert, et régulièrement mis à jour pendant les trois mois précédant

le premier jour du mois d'élections générales et jusqu'à la date du tour de scrutin où celles-ci sont acquises.

## **I. La responsabilisation des opérateurs de plateformes en ligne pour la lutte contre la manipulation de l'information**

La loi du 22 décembre 2018 instaure un devoir de coopération aux opérateurs de plateforme en ligne dans la lutte contre la manipulation de l'information, et ce, même en dehors des périodes électorales. Le dispositif légal donne également des prérogatives nouvelles à l'ARCOM (anciennement le CSA) dans la lutte contre la diffusion de fausses informations.

### **A. Les obligations des opérateurs de plateformes en ligne dans la lutte contre la désinformation**

L'article 11 de la loi du 22 décembre 2018 prévoit une série d'obligations que les opérateurs de plateformes en ligne doivent mettre en place.

En complément des obligations imposées aux opérateurs de plateformes en ligne, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) a publié une recommandation le 15 mai 2019 pour améliorer la lutte contre la propagation de fausses informations qui pourraient perturber l'ordre public ou compromettre l'intégrité des élections (mentionnées dans l'article 33-1-1 de la loi du 30 septembre 1986). Cette recommandation est basée sur les initiatives de l'Union européenne pour lutter contre la désinformation, notamment la communication de la Commission européenne du 26 avril 2018 intitulée "Lutter contre la désinformation en ligne : une approche européenne", le code de pratique sur la désinformation du 26 septembre 2018 et la communication conjointe fixant le plan d'action contre la désinformation de l'Union européenne du 5 décembre 2018.

#### **1. La mise en place d'un dispositif de signalement facilement visible et accessible**

Le dispositif de signalement doit être facile d'accès et visible. Concrètement, un intitulé clair doit désigner le dispositif et le rendre identifiable, il peut s'agir par exemple d'un intitulé « Signaler le contenu ». Les plateformes sont incitées à prévoir, dans leur formulaire de signalement, une catégorie « Fausse information ».

L'affichage de ce dispositif doit se trouver à proximité immédiat du contenu ou du compte susceptible d'être signalé.

Enfin, la recommandation incite à simplifier au maximum le dispositif de signalement en rendant possible la finalisation de cette procédure en trois clics.

### **B. Les obligations de transparence des opérateurs de plateformes en ligne envers leurs utilisateurs**

Outre l'obligation légale de mise en place d'un outil de signalement, les opérateurs doivent déployer des mesures complémentaires relatives à la transparence des algorithmes. Il s'agira d'indiquer la [promotion des contenus](#) issus d'entreprises et d'agences de presse et de services de communication audiovisuelle, d'engager une lutte contre les comptes propageant massivement de fausses informations, de mettre à la disposition des utilisateurs des informations sur les contenus sponsorisés d'information se rattachant à un débat d'intérêt général et de l'éducation aux médias et à l'information.

En sus de l'obligation légale de fournir un outil de signalement, les opérateurs doivent mettre en œuvre des mesures supplémentaires concernant la transparence de leurs algorithmes. Cela implique d'indiquer la promotion de contenus provenant d'entreprises, d'agences de presse et de

services de communication audiovisuelle, de lutter contre les comptes qui propagent de fausses informations de manière massive, de fournir aux utilisateurs des informations sur les contenus sponsorisés qui se rapporte aux débats d'intérêt général, ainsi que d'assurer une éducation aux médias et à l'information.

### 1. La transparence des algorithmes

L'objectif clairement affiché ici est de redonner aux utilisateurs le contrôle et la capacité d'exercer leur esprit critique en toute connaissance de cause vis-à-vis des contenus proposés par les plateformes en ligne. Pour y parvenir, ils doivent pouvoir accéder à des informations leur permettant de comprendre les principes de fonctionnement des algorithmes qui régissent la sélection, l'organisation et l'ordonnancement de ces contenus.

Cette obligation est motivée par le souci de faciliter la compréhension des algorithmes utilisés pour la sélection de contenus, afin d'éviter les risques associés aux bulles algorithmiques qui renforcent les convictions, attisent l'extrémisme, la discorde, la violence, les dérives sectaires et les obscurantismes.

### 2. La promotion des contenus issus d'entreprises, d'agences de presse et de services de communication audiovisuelle

À travers cette obligation, le législateur souhaite que les plateformes en ligne valorisent les contenus fiables.

La recommandation du 15 mai 2019 encourage à ce titre les opérateurs de plateforme en ligne à tenir compte des démarches de labellisation, notamment celles réalisées par les entreprises et agences de presse et les services de communication audiovisuelle et de déployer des moyens technologiques visant à mettre en avant les informations provenant de ces sources et en particulier les contenus dits de « *fact-checking* » dans les résultats des [moteurs de recherche](#), les fils d'actualité et les autres canaux de diffusion opérant par classement automatisé.

Comme le relève l'ARCOM dans son bilan annuel pour l'année 2021, le module NewsGuard, en partenariat avec Bing, permet d'indiquer au moyen d'un code-couleur la fiabilité d'une source d'information, ce qui contribue à la bonne information des utilisateurs. Ce dispositif insérer directement sur le navigateur web permet aux internautes qui le souhaitent, de vérifier si un site d'information est fiable et crédible sur la base de neuf critères réunis dans une « étiquette » informative dite « étiquette nutritionnelle ».

### 3. La lutte contre les comptes propageant massivement de fausses informations

Les plateformes doivent mettre en place des mesures pour détecter et signaler les comportements inauthentiques et les activités de manipulation automatisée des contenus ([bots](#)).

L'ARCOM recommande des procédures appropriées afin d'assurer la détection des comptes propageant massivement de fausses informations et destinées à faire obstacle à l'action de ces comptes (avertissement, suppression, mise en quarantaine, restrictions des droits de l'utilisateur ou de la portée des contenus qu'il diffuse, etc.) dans le respect de la [liberté d'expression](#) et de communication.

### 4. L'information des utilisateurs sur la nature, l'origine, les modalités de diffusion des contenus et l'identité des personnes versant des rémunérations en contrepartie de la promotion de contenus d'information

Il s'agit encore une fois de déployer des dispositifs appropriés permettant aux utilisateurs d'être informés sur la nature, l'origine et les modalités de diffusion des contenus.

Plusieurs opérateurs ont mis en place des bibliothèques publicitaires permettant d'accéder à tout ou partie des contenus sponsorisés.

## 5. Favoriser l'éducation aux médias et à l'information

Les opérateurs sont encouragés à sensibiliser les utilisateurs à l'influence de leurs propres contenus. Ils doivent contribuer à développer leur sens critique, particulièrement celui des plus jeunes.

À ce titre, l'ARCOM incite les plateformes à développer des outils adaptés d'analyse de la fiabilité des sources d'information, tels que des modules vidéo et des guides qui pourront aider les utilisateurs à identifier les sources fiables.

À titre d'exemple, il est possible de citer le programme « [Be Internet Awesome](#) » lancé en 2017 par Google. Il vise à éduquer les enfants de 9 à 14 ans aux rudiments de la citoyenneté à l'ère du numérique et à la sécurité en ligne afin qu'ils puissent « explorer le monde avec confiance ».

### C. La coopération des opérateurs de plateformes en ligne avec l'ARCOM

Au-delà de ces obligations, les opérateurs de plateformes en ligne sont tenus de transmettre une déclaration annuelle à l'ARCOM et de désigner un interlocuteur référent.

#### 1. Les informations à transmettre à l'ARCOM

##### a) Déclaration annuelle des opérateurs de plateforme en ligne

Conformément à l'article 11 de cette loi, les opérateurs de plateforme en ligne dépassant un seuil de connexion de 5 millions d'utilisateurs uniques par mois (moyenne annuelle), sont tenus de transmettre au Conseil supérieur de l'audiovisuel une déclaration annuelle faisant état des moyens déployés pour œuvrer à cette lutte.

Chaque année, l'ARCOM adresse un questionnaire aux opérateurs de plateformes en ligne. Ce questionnaire a pour objectifs d'accompagner les opérateurs dans la préparation de leur déclaration annuelle. Il est possible de visualiser l'ensemble des questionnaires directement depuis son site internet.

L'article 12 de la même loi confie à l'autorité le soin d'établir un bilan de l'application et de l'effectivité de ces mesures.

En 2022, douze opérateurs ont adressé une déclaration à l'autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (ARCOM). Parmi eux, Dailymotion, Google, LinkedIn, Meta, Microsoft, Pinterest, Snapchat, TikTok, Twitter, Webedia, la Fondation Wikimédia et Yahoo!.

##### b) Désignation d'un interlocuteur référent

Au titre de l'article 13 de la loi du 22 décembre 2018, chaque opérateur de plateforme en ligne est tenu de désigner un représentant légal exerçant les fonctions d'interlocuteur référent sur le territoire français.

Dans sa recommandation du 15 mai 2019 aux opérateurs de plateforme en ligne dans le cadre du devoir de coopération en matière de lutte contre la diffusion de fausses informations, l'ARCOM invite chaque opérateur à lui faire connaître ce représentant par le biais d'un [formulaire de déclaration](#) disponible en ligne.

## 2. Sanctions

En cas de manquement à ces obligations, les opérateurs de plateforme en ligne peuvent être sanctionnés par la [CNIL](#) (Commission nationale de l'informatique et des libertés) ou par le CSA (Conseil supérieur de l'audiovisuel). La CNIL est compétente pour sanctionner les manquements aux obligations en matière de [protection des données personnelles](#), tandis que le CSA est compétent pour les manquements aux obligations en matière de diffusion de contenus audiovisuels.

Les sanctions peuvent inclure des amendes, des injonctions, des retraits de contenus, voire la suspension ou la fermeture de la plateforme en ligne en cas de récidive ou de manquements graves. La loi prévoit également que les utilisateurs puissent signaler les contenus qu'ils considèrent comme faux ou trompeurs aux opérateurs de plateforme en ligne et que ces derniers devront les examiner et les traiter dans un délai raisonnable.

## II. La genèse de la désinformation et les risques

À une échelle plus large, la manipulation de l'information se répand dans différents domaines et ne se limite pas aux seules élections. La diffusion de fausses informations a pris ses quartiers sur les plateformes en ligne que nous utilisons quotidiennement, et pour lutter contre ce fléau, il apparaît essentiel de comprendre son origine et d'évaluer ses conséquences sur nos sociétés.

### A. L'origine de la désinformation

La désinformation ne se limite pas aux "fake news", mais englobe toute information fautive, inexacte ou trompeuse qui est délibérément conçue, présentée et promue dans le but de causer un préjudice public ou de réaliser des gains financiers.

En 2016, la Macédoine du Nord a été impliquée dans une affaire de désinformation liée aux élections présidentielles américaines. Des individus basés sur ce pays ont été créés et diffusés de fausses informations en ligne pour influencer l'opinion publique américaine et soutenir le candidat républicain Donald Trump en discréditant sa rivale, la candidate démocrate Hillary Clinton. Ces fausses nouvelles ont permis aux créateurs de sites web de générer des [revenus publicitaires](#), certains gagnant jusqu'à 3 000 dollars par mois. Une véritable fortune dans un pays où le salaire moyen est de 409 euros. La différence avec le salaire moyen en France est de 82 %. : (<https://www.etui.org/fr/themes/sante-et-securite-conditions-de-travail/hesamag/ou-va-le-travail-humain-a-l-ere-du-numerique/a-veles-a-la-rencontre-des-fabricants-de-fausses-nouvelles>)

Cette affaire a suscité des inquiétudes quant à la capacité des groupes et des individus à utiliser la désinformation en ligne pour influencer les résultats des et l'opinion publique. Depuis, plusieurs mesures ont été prises pour lutter contre la désinformation en ligne, notamment en Macédoine du Nord et dans d'autres pays.

Malheureusement la diffusion de fausses informations n'a pas pris fin avec les élections puisque les fabricants de fausses nouvelles s'efforcent de trouver de nouvelles thématiques telles que la nutrition, les véhicules automobiles, la santé, afin de continuer à générer des revenus.



En 2018, le scandale « Cambridge Analytica » avait permis de révéler comment l'entreprise britannique avait acquis les [données personnelles](#) de près de 87 millions d'utilisateurs de Facebook pour influencer les électeurs américains et l'issue du Brexit.

Plus récemment, le consortium de journalistes « Forbidden stories » a révélé les pratiques d'une société israélienne spécialisée dans la manipulation de l'information. Ce travail d'investigation mené par les journalistes a permis de démontrer l'implication de cette société dans la manipulation de trente-trois élections à travers le monde et revendique parmi elles vingt-sept « succès ». Son mode opératoire consistait en la propagation de fausses informations notamment par l'intermédiaire de faux profils.

L'enquête révèle également [le piratage](#) des politiciens africains ainsi que la manipulation d'information sur une chaîne de télévision française : BFM TV.

Le présentateur Rachid M'Barki est accusé par sa hiérarchie d'avoir diffusé à l'antenne des contenus non validés avec des « soupçons d'ingérence » au service d'intérêts étrangers.

Ces affaires témoignent des risques que comprend la désinformation. Elle peut être utilisée pour manipuler l'opinion publique et influencer les résultats des élections, des référendums ou des votes en faveur d'un parti politique ou d'un candidat, mais pas seulement... C'est justement ce que tente de mettre en lumière le récent rapport Bronner « Les lumières à l'ère numérique ». ([https://medias.vie-publique.fr/data\\_storage\\_s3/rapport/pdf/283201.pdf](https://medias.vie-publique.fr/data_storage_s3/rapport/pdf/283201.pdf))

## **B. Les risques de la désinformation**

De nos jours, il existe de nombreuses sources d'informations accessibles, allant des journaux traditionnels aux [réseaux sociaux](#) et aux blogs. Les [médias sociaux](#) en particulier ont modifié la manière dont les personnes obtiennent des informations. Les utilisateurs de ces plateformes peuvent accéder aux informations provenant du monde entier en temps réel et les partager facilement avec leur réseau. Cependant, cette facilité d'accès à l'information a également entraîné la propagation de la désinformation et des fausses nouvelles, rendant difficile la distinction entre les informations fiables et les informations trompeuses.

La désinformation est très préjudiciable et peut [impacter les individus](#) et la société en général, semant la confusion et créant des incertitudes dans l'esprit des personnes. Cela peut entraîner une perte de confiance dans les institutions et les sources d'informations fiables.

Les conséquences de la désinformation sont clairement visibles dans des événements récents, tels que l'attaque du Capitole en janvier 2021 ou la montée des mouvements antivaccins en France. La désinformation est donc une menace pour la sécurité des personnes et la souveraineté des États, contribuant également à la propagation des préjugés et des stéréotypes.

De plus, les fausses informations et les rumeurs peuvent causer des dommages à la réputation d'une personne, d'une entreprise ou d'une organisation. Il est donc crucial de vérifier l'exactitude des informations avant de les partager ou de prendre des décisions fondées sur celles-ci.

## **SOURCES :**

(1) Loi du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information : <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000037847559>

- (2) Décret n° 2019-53 du 30 janvier 2019 : <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000038073916>
- (3) Article L. 163-1 du Code électoral : [https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article\\_lc/LEGIARTI000037850602](https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000037850602)
- (4) Décret n° 2019-297 du 10 avril 2019 : <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000038359165>
- (5) Article D. 102-1 du Code électoral : [https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article\\_lc/LEGIARTI000038364739](https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000038364739)
- (6) ARCOM (anciennement CSA) Recommandation du 15 mai 2019 destinée aux opérateurs de plateforme en ligne FAKE NEWS : <https://www.csa.fr/Informer/Espace-presse/Communiqués-de-presse/Adoption-de-la-recommandation-relative-a-la-lutte-contre-la-manipulation-de-l-information-un-pas-de-plus-vers-une-nouvelle-regulation>
- (7) Site de NewsGuard : <https://www.newsguardtech.com/fr/>
- (8) Les fabricants de fausses nouvelles en Macédoine : <https://www.etui.org/fr/themes/sante-et-securite-conditions-de-travail/hesamag/ou-va-le-travail-humain-a-l-ere-du-numerique/a-veles-a-la-rencontre-des-fabricants-de-fausses-nouvelles>
- (9) Les mercenaires de la désinformation Team Jorge : <https://forbiddenstories.org/fr/story-killers/team-jorge-desinformation/>
- (10) Rapport Bronner « Les lumières à l'ère numérique » : [https://medias.vie-publique.fr/data\\_storage\\_s3/rapport/pdf/283201.pdf](https://medias.vie-publique.fr/data_storage_s3/rapport/pdf/283201.pdf)
- (11) Initiatives de META pour les élections 2022 : <https://about.fb.com/fr/news/2022/02/elections-francaises-2022-une-serie-dinitiatives-dediees-sur-facebook-instagram-et-whatsapp-pour-aider-les-citoyens-a-lire-et-a-decrypter-linformation-en-ligne/>
- (12) Twitter Files : [https://www.francetvinfo.fr/internet/reseaux-sociaux/twitter/on-vous-explique-ce-que-sont-les-twitter-files-relayés-par-elon-musk-et-censés-reveler-un-scandale-avec-le-fils-de-joe-biden\\_5526774.html](https://www.francetvinfo.fr/internet/reseaux-sociaux/twitter/on-vous-explique-ce-que-sont-les-twitter-files-relayés-par-elon-musk-et-censés-reveler-un-scandale-avec-le-fils-de-joe-biden_5526774.html)
- (13) Christiane Féral-Schuhl - Praxis Cyberdroit Chapitre 712 - Atteintes aux systèmes d'information – 2020-2021