

## **Questionnaire aux opérateurs de plateformes en ligne soumis au titre III de la loi du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information**

**Note pour le CSA de la part de Facebook Ireland : pour chacune de vos questions posées nous renvoyons à la section correspondante du rapport remis par ailleurs. Nos instructions apparaissent en jaune.**

### **Rappel du cadre**

Le titre III de la loi du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information instaure un devoir de coopération en matière de lutte contre la diffusion de fausses informations à la charge des opérateurs de plateforme en ligne<sup>1</sup>.

L'article 11 de cette même loi impose à ces opérateurs de prendre des mesures en vue de lutter contre la diffusion de fausses informations susceptibles de troubler l'ordre public ou d'altérer la sincérité d'un des scrutins mentionnés au premier alinéa de l'article 33-1-1 de la loi du 30 septembre 1986<sup>2</sup>. A cet égard, l'article 11 précité dispose que les mesures ainsi prises, de même que les moyens que les opérateurs de plateforme en ligne y consacrent, sont rendus publics et font l'objet d'une déclaration annuelle au Conseil supérieur de l'audiovisuel.

Le 15 mai 2019, sur le fondement de l'article 12 de la loi du 22 décembre 2018, le Conseil a adressé aux opérateurs une recommandation visant à améliorer la lutte contre la diffusion de fausses informations susceptibles de troubler l'ordre public ou de porter atteinte à la sincérité du scrutin. Il les invite à mettre en œuvre un certain nombre de mesures et à déployer les moyens humains et techniques nécessaires en vue d'atteindre les objectifs fixés par la loi, et leur demande de lui communiquer leur déclaration au plus tard le 31 mars de l'année suivant l'année d'exercice sur laquelle elle porte.

Ainsi, l'année d'exercice 2019 doit faire l'objet d'une déclaration adressée au Conseil au plus tard le 31 mars 2020.

### **Objectifs du questionnaire**

Le questionnaire, rédigé à partir de la recommandation du 15 mai 2019, a été nourri par la veille et les observations que le Conseil a menées et enrichies à la lumière des réflexions des membres du Comité d'experts sur la désinformation en ligne auprès du Conseil.

Il a pour objectifs d'accompagner les opérateurs dans la préparation de leur déclaration annuelle et d'alimenter le bilan comparé que le Conseil dressera de l'application et de l'effectivité des mesures prises par ces derniers. A cet égard, le Conseil rappelle qu'il prendra en compte la pluralité des modèles des plateformes et l'adéquation des moyens mis en œuvre sur chacune d'entre elles à l'ampleur et à l'impact du phénomène de manipulation de l'information.

Les déclarations des opérateurs pourront également, grâce à l'éclairage qu'elles apporteront ou au regard de leurs éventuelles lacunes, amener le Conseil à ajuster le questionnaire relatif à l'exercice 2020.

### **Modalités et précisions méthodologiques**

Les opérateurs sont invités à communiquer une déclaration respectant les modalités suivantes :

- une réponse par service de plateforme en ligne doit être communiquée ; dans l'hypothèse où l'application des mesures différerait au sein d'un même service, d'un espace à un autre, l'opérateur est invité à le préciser dans ses réponses ;

---

<sup>1</sup> Sont concernés les opérateurs mentionnés au premier alinéa de l'article L. 163-1 du code électoral, à savoir les opérateurs de plateforme en ligne au sens de l'article L. 111-7 du code de la consommation dont l'activité dépasse cinq millions de visiteurs uniques par mois, par plateforme, calculé sur la base de la dernière année civile.

<sup>2</sup> 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.

- les informations et données fournies doivent concerner l'année d'exercice 2019 (sauf indications spécifiques sur des dispositions passées ou des projets à venir) ; à cet égard, l'opérateur peut fournir des données ou des informations sur des dispositifs existants en 2019 et qui auraient été arrêtés depuis (en mentionnant cet arrêt) ;
- les informations et données fournies doivent, dans la mesure du possible, concerner l'activité du service de plateforme en France ; à défaut, l'opérateur peut fournir des données agrégées sous réserve qu'elles incluent l'activité en France et que leur base géographique soit explicitement mentionnée ;
- les déclarations seront considérées comme publiques et publiées sur le site internet du Conseil, à l'exception des éléments couverts par le secret des affaires dont la confidentialité sera explicitement demandée et qui resteront à la seule disposition du Conseil. Le Conseil invite les opérateurs à justifier strictement le recours au secret des affaires ;
- l'opérateur est invité à fournir tous les éléments quantitatifs ou qualitatifs permettant d'attester les informations déclarées (notamment des données chiffrées, des captures d'écran, de la documentation interne ou publique ou des hyperliens) ;
- de manière générale, l'opérateur s'attachera à expliquer ses choix et à indiquer au Conseil pourquoi un dispositif n'a pas ou a sectionnellement été mis en œuvre ;
- il précisera, à chaque fois que cela sera pertinent :
  - si l'utilisateur doit ou non disposer d'**un compte pour accéder au dispositif et informations, et ce dans leur intégralité**,
  - la **facilité d'accès aux dispositifs** mis en œuvre : mise à disposition de l'ensemble des utilisateurs, visibilité, nombre d'actions et/ou d'hyperliens pour y parvenir depuis la page d'accueil du service et depuis un contenu en particulier,
  - l'**accessibilité des dispositifs** mis en œuvre (ex. : signalement, informations) aux personnes en situation de handicap visuel ou auditif,
  - le déploiement des dispositifs sur **l'ensemble des versions du service**, quel que soit le support utilisé (ex. : smartphone, ordinateur, tablette, smart tv, enceintes connectées), la version de sa plateforme (ex. : applications, site internet, assistants vocaux), le navigateur, le moteur de recherche, le système d'exploitation ; ainsi que la nature des différences qui pourraient exister entre les versions,
  - le déploiement du dispositif sur **tous les types de contenus** (texte, vidéo, image, commentaires, contenus sponsorisés, autres) ; ainsi que, le cas échéant, la nature des différences en fonction des contenus,
  - la **langue** dans laquelle les dispositifs et informations sont proposés à l'utilisateur par défaut et comment elle est déterminée ainsi que, le cas échéant, la possibilité de modifier ou configurer aisément en français,
  - comment l'opérateur fait en sorte de garantir que l'application des mesures se fait **dans le respect de la liberté d'expression et de communication** ;
- pour chaque ensemble de mesures mis en place, le Conseil souhaite connaître :
  - la **date** de mise en œuvre,
  - s'il a été fait **appel à un tiers** pour les mettre en place et/ou les appliquer,
  - les **changements** d'ordres technologique, ergonomique, en matière de ressources humaines ou autres qui ont été nécessaires afin de se conformer à la loi, ainsi que les coûts de cette mise en conformité,
  - le **bilan** qu'en tire l'opérateur ; en particulier, ce dernier est invité à communiquer les résultats de mesures quantitatives ou qualitatives qu'il aurait effectuées, fait effectuer ou dont il aurait connaissance sur la visibilité, l'utilisation, les performances et les effets des dispositifs mis en œuvre,
  - les **freins ou difficultés** qu'il a rencontrés dans leur mise en œuvre et plus généralement dans la mise en conformité du service aux textes en vigueur en matière de lutte contre la manipulation de l'information,
  - les éventuelles **initiatives complémentaires** qu'il aurait prises afin de lutter contre la désinformation sur son service.

De manière générale, les opérateurs sont encouragés à partager avec le Conseil des données lui permettant d'exercer sa mission de contribution à la lutte contre la diffusion de fausses informations prévue à l'article 17-2 de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (dans le respect du cadre juridique en matière de protection des données personnelles).

### **Précisions terminologiques**

Dans le questionnaire, sont désignés par :

- « Service » : le service de plateforme en ligne faisant l'objet de la déclaration ;
- « Opérateur » : l'opérateur du service de plateforme en ligne faisant l'objet de la déclaration ;
- « Loi » : la loi n° 2018-1202 du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information ;
- « Conseil » : le Conseil supérieur de l'audiovisuel.

### **Questions liminaires : présentation du service**

- **Nom du service :**
- **Nom et raison sociale de la société opératrice :**
- **Identité et fonction du référent légal de l'opérateur de la plateforme en ligne en France :**  
Anton'Maria Battesti, Directeur des affaires publiques de Facebook France a été mandaté par Facebook Ireland pour être l'interlocuteur référent sur le territoire français pour l'application de la loi « Fake News », en conformité avec l'article 13 de la loi précitée.
- **Nombre de visiteurs uniques par mois de la plateforme en ligne, calculé sur la base de l'année d'exercice (2019) :**
- **Modalités de mise à disposition du service auprès du public français :**
  - **Disponibilité sur internet (URL du site internet) :**
  - **Disponibilité via des applications (systèmes d'exploitation concernés) :**
  - **Disponibilité via des assistants vocaux :**
  - **Langue du service sur le territoire français (par défaut) :**
  - **Outre la langue, le service disponible sur le territoire français constitue-t-il une version spécifique du service (pour le territoire français ou pour le public francophone) ? :**
- **Description du service :**
  - **Objet :**
  - **Population(s) ciblée(s) (tranches d'âges, communautés d'intérêt...) :**
  - **Types de contenus qui peuvent être publiés et consommés sur le service (vidéos, textes, sons, images, jeux vidéo...) :**
  - **Thématique(s) :**
  - **Modèle économique du service (types d'activités rémunératrices pour l'opérateur tirées de l'exploitation du service en France) :**
  - **Effectifs employés aux activités du service dans le monde et en France :**
  - **Comptes de résultats pour l'activité du service en France en 2019 :**
    - **Chiffres d'affaires :**
    - **Produits d'exploitation :**
    - **Charges d'exploitation :**
    - **Résultat net :**
  - **Autres informations ou spécificités :**

- **Les réponses à ces questions figurent dans la section introductive du rapport.**

## 1. Dispositif de signalement de fausses informations

- **Pour une présentation générale de l'engagement et de la stratégie de Facebook dans la lutte contre les fausses informations et la désinformation, voir la section introductive du rapport et le section 1.1. « Description du mécanisme de signalement ».**

1.1. L'opérateur indiquera si son service dispose d'un dispositif de signalement des contenus publiés, et si ce dispositif permet à l'utilisateur de signaler de fausses informations susceptibles de troubler l'ordre public ou d'altérer la sincérité du scrutin (et le cas échéant, dans quels termes).

Plus précisément, le Conseil souhaite connaître le nombre de motifs de signalement proposés à l'utilisateur au total ainsi que leur arborescence et s'il existe une possibilité de saisir un motif autre que ceux proposés par la plateforme.

- **Voir section 1.1 « Description du mécanisme de signalement » du rapport.**

1.2. Le Conseil souhaite que l'opérateur lui fournisse des informations sur la **visibilité** de ce dispositif, et notamment :

- sa présentation visuelle,
- son affichage par défaut ou non,
- son emplacement à proximité immédiate du contenu ou non,
- le nombre d'actions nécessaires pour accéder au dispositif de signalement général, et à celui de signalement d'une fausse information.

- **Voir section 1.1 « Description du mécanisme de signalement » du rapport.**

1.3. En termes d'**accessibilité** et d'**ergonomie** du dispositif, le Conseil souhaite savoir :

- combien d'actions et d'hyperliens nécessite l'envoi du signalement d'une fausse information depuis la page du contenu,
- si la procédure de signalement prévoit une demande de confirmation de l'envoi à l'utilisateur avant la finalisation du signalement.

- **Voir section 1.1 « Description du mécanisme de signalement » du rapport.**

1.4. S'agissant du **traitement** d'un signalement d'une fausse information, l'opérateur adressera au Conseil une description de l'ensemble de la procédure de traitement des signalements, et notamment :

- avant le déclenchement de cette procédure : les **outils** (techniques, scientifiques, journalistiques, lignes directrices internes, etc.) permettant d'instruire les signalements ;
- les critères d'ouverture de l'instruction d'un signalement :

- **Voir section 1.2 « Méthode de traitement des signalements des utilisateurs » du rapport.**

- dès le déclenchement de la procédure :
  - l'organisation et les étapes de la procédure d'instruction, notamment s'il existe une procédure d'instruction spécifique en période électorale ou en cas d'urgence (ex. : sanitaire),

- **Voir section 1.2 « Méthode de traitement des signalements des utilisateurs » du rapport pour une présentation générale de l'organisation et des étapes de la procédure d'instruction.**

- **Voir section 1.3.2.1 « Suppression des fausses informations contribuant à causer un dommage physique » du rapport s'agissant de la manière dont les fausses informations pouvant contribuer à des violences physiques sont traitées.**

- **Voir section 1.3.2.2 « Suppression des fausses informations contribuant à la pression sur les électeurs » du rapport s'agissant de la manière dont les fausses informations liées aux élections sont traitées.**

- Voir section 7.2 « Fournir des informations exactes et limiter la désinformation sur le COVID-19 » du rapport s’agissant de la manière dont les fausses informations sont traitées dans le cadre de la crise sanitaire actuelle.
  - les **moyens humains** mis en œuvre dans le cadre de procédure, en précisant le nombre de personnes en charge de cette activité, leur formation, leur localisation ainsi que les modalités d’organisation de leur travail (notamment si elles impliquent une astreinte) et leur statut interne ou externe à la société,
  - les **moyens automatisés** mis en œuvre dans le cadre de procédure, en précisant leur nature, leur nombre et leur fonctionnement,
- Voir section 1.2 « Méthode de traitement des signalements des utilisateurs » et section 2.1 « Remarques préliminaires sur la façon dont sont utilisés les technologies automatisées, telles que l’intelligence artificielle (IA) sur nos modèles d’apprentissage automatique pour lutter contre la désinformation » du rapport s’agissant des moyens humains et des moyens automatisés mis en œuvre.
  - Voir également la section 4.1 « Contexte général » du rapport.
  - à quelles étapes et par quelle voie l’auteur du signalement et/ou celui du contenu signalé sont tenus informés par l’opérateur des actions que celui-ci a entreprises ou décidées ;
- Voir section 1.1 « Description du mécanisme de signalement » du rapport s’agissant de l’information de l’auteur du signalement.
  - Voir section 1.2 « Méthode de traitement des signalements des utilisateurs » du rapport s’agissant de l’information de l’auteur du contenu signalé.
- à la fin de la procédure :
- la liste des **actions** que peut mettre en œuvre l’opérateur vis-à-vis des contenus signalés dont il a considéré à l’issue de la procédure qu’ils contenaient de fausses informations, ainsi que des comptes sur lesquels ils ont été publiés,
- Voir section 1.2 « Méthode de traitement des signalements des utilisateurs », section 1.3.2 « Concernant les fausses informations » et section 2.2 « Identification des fausses informations sur les photos et vidéos » du rapport.
  - si les résultats de la procédure sont **portés à la connaissance des autres utilisateurs**, notamment par l’affichage d’un message sur le contenu signalé,
- Voir section 2.2 « Identification des fausses informations sur les photos et vidéos » du rapport.
  - si la mise en œuvre de la décision de l’opérateur s’effectue par des **moyens humains et/ou automatisés**,
- Voir section 1.2 « Méthode de traitement des signalements des utilisateurs » et section 2.1 « Remarques préliminaires sur la façon dont sont utilisés les technologies automatisées, telles que l’intelligence artificielle (IA) sur nos modèles d’apprentissage automatique pour lutter contre la désinformation » du rapport.
  - Voir également section 1.3.2 « Concernant les fausses informations » du rapport.
  - l’existence de **voies de recours** pour les auteurs du contenu signalé et du signalement.
- Voir section 1.2 « Méthode de traitement des signalements des utilisateurs » du rapport.

1.5. Le Conseil souhaite disposer d'**informations chiffrées** sur la mise en œuvre du dispositif de signalement de fausses informations en 2019, notamment :

- le **nombre de contenus signalés** comme fausses informations,
  - le **nombre de procédures de traitement** mises en œuvre,
  - le **nombre de contenus considérés comme étant de fausses informations** à l'issue de la procédure de traitement,
  - le **délai moyen de traitement** d'un signalement,
  - le **nombre de recours** reçus par l'opérateur à l'issue de la procédure de traitement,
  - le **budget alloué** au traitement des signalements par les utilisateurs.
- **Voir section 1.3 « Indicateurs et statistiques » du rapport.**

1.6. Enfin, le Conseil souhaite savoir si l'opérateur a engagé des **discussions avec d'autres opérateurs** soumis au titre III de la loi visant à une harmonisation de leur dispositif de signalement des fausses informations respectif et, le cas échéant, quelles ont été les mesures prises dans le cadre de ces discussions.

- **De telles discussions visant à harmoniser le dispositif de signalement n'ont pas été mises en place. En revanche, nous avons engagé des discussions avec certains acteurs, notamment sur les sujets traités dans les sections 1.3.2.3 "Vidéos truquées et trompeuses" et 6 "La promotion de l'éducation aux médias et à l'information" du rapport.**

## 2. Transparence des algorithmes

*Les indications suivantes s'appliquent aux opérateurs qui auraient mis en œuvre des mesures relatives à la transparence des algorithmes au titre des mesures complémentaires prévues par l'article 11 de la loi du 22 décembre 2018.*

2.1. Au préalable, il est nécessaire au Conseil, pour sa bonne appréciation des mesures prises par l'opérateur en la matière, que ce dernier lui fournisse la **liste des algorithmes qui régissent l'organisation, la sélection et l'ordonnancement des contenus sur le service**, en particulier ceux participant à la lutte contre la manipulation de l'information (par exemple en détectant des contenus ou en freinant leur propagation). Cette liste prendra la forme d'une courte description textuelle comportant pour chaque algorithme :

- son ou ses objectif(s),
- ses grands principes de fonctionnement, en détaillant notamment leur(s) critère(s) (définis succinctement), le poids de ces critères dans l'algorithme considéré ainsi que les données qu'ils utilisent, la façon dont elles sont collectées, leur durée de conservation, ainsi que la longueur de l'historique utilisée par l'algorithme<sup>3</sup>,
- les effets de l'algorithme, soit la manière dont les résultats sont utilisés par la plateforme en lien avec les objectifs précités,
- si cet algorithme est personnalisable par l'utilisateur et/ou s'il est ajusté aux données propres à chaque utilisateur<sup>4</sup>,
- enfin, le nombre de changements opérés dans ces algorithmes au cours de l'année d'exercice, notamment lorsqu'ils concernent la lutte contre la manipulation de l'information.

- **Voir section 2.1 « Remarques préliminaires sur la façon dont sont utilisés les technologies automatisées, telles que l'intelligence artificielle (IA) sur nos modèles d'apprentissage automatique pour lutter contre la désinformation » du rapport.**

2.2. L'opérateur décrira l'information qu'il apporte aux utilisateurs sur :

---

<sup>3</sup> Entendu comme le temps d'utilisation par l'algorithme d'une donnée spécifique.

<sup>4</sup> Pour rappel, le Conseil attend des données portant sur l'exercice 2019. Néanmoins, l'opérateur pourra, en complément, lui communiquer toutes évolutions apportées aux algorithmes depuis ainsi que les possibles effets de ces modifications.

- les **données utilisées par les algorithmes de recommandation et de hiérarchisation** (notamment : liste des données utilisées ; explication sur la manière dont les données sont utilisées par le(s) algorithme(s), en particulier lorsque certaines données sont utilisées par certains algorithmes au contraire d'autres),
- les **critères utilisés par les algorithmes de recommandation et hiérarchisation** des contenus (notamment : informations générales ; liste des critères utilisés ; impact des critères sur le fonctionnement de l'algorithme qui les utilise),
- les **changements opérés dans les algorithmes de recommandation et de hiérarchisation** (notamment : types de changements concernés ; liste des changements ; impact de ces changements sur les résultats de(s) algorithme(s) concernés).

- **Voir section 2.1 « Remarques préliminaires sur la façon dont sont utilisés les technologies automatisées, telles que l'intelligence artificielle (IA) sur nos modèles d'apprentissage automatique pour lutter contre la désinformation » du rapport.**

- **Voir section 2.3 « Plus grande transparence et meilleur contrôle » du rapport.**

- **Voir section 2.3.1 « Activité sur Facebook » du rapport.**

- **Voir section 2.3.2 « Activité en dehors de Facebook » du rapport.**

2.3. En outre, si l'utilisateur peut faire des réglages aux fins de modifier le référencement et la recommandation opérés par les algorithmes du service et de personnaliser tout ou partie des critères utilisés à des fins de sélection et d'ordonnement des contenus par les algorithmes, l'opérateur indiquera **si une explication est apportée à l'utilisateur sur les effets produits par les réglages** sélectionnés avant qu'ils ne soient effectifs.

- **Voir section 2.3.1 « Activité sur Facebook » du rapport.**

2.4. Le Conseil invite l'opérateur à lui indiquer **où sont disponibles les informations mentionnées ci-dessus**, et notamment si l'utilisateur peut les trouver au sein même du service et si elles figurent dans un espace unique.

- **Voir section 2.3.1 « Activité sur Facebook » du rapport.**

- **Voir section 2.3.2 « Activité en dehors de Facebook » du rapport.**

2.5. Par ailleurs, l'opérateur indiquera s'il existe un **outil d'interaction en temps réel** entre l'utilisateur et l'opérateur aux fins notamment d'obtenir des informations personnalisées et précises sur le fonctionnement des algorithmes de recommandation et de hiérarchisation des contenus. Le Conseil invite la plateforme à lui préciser, dans l'hypothèse où un tel outil existerait :

- la **présentation** de cet outil ainsi que son **fonctionnement** (informations que l'utilisateur doit fournir, contact avec une personne humaine ou non, etc.),
- si les réponses fournies sont **standardisées ou personnalisées**, et comment,
- les **délais moyens** de réponses d'une part, et de traitement d'autre part, des requêtes reçues,
- sa **politique en matière de traitement de ces requêtes**, notamment quant au fait de ne pas répondre à certaines d'entre elles.

- **Nous n'avons pas développé un tel outil.**

2.6. Enfin, le Conseil souhaite savoir comment l'opérateur fait en sorte de rendre l'ensemble de ces informations relatives aux algorithmes **aisément compréhensibles** par l'utilisateur.

- **Voir sections 2.3.1 « Activité sur Facebook » et section 2.3.2 « Activité en dehors de Facebook » du rapport.**

### **3. Promotion des contenus issus d'entreprises et d'agences de presse et de services de communication audiovisuelle**

*Les indications suivantes s'appliquent aux opérateurs qui auraient mis en œuvre des mesures relatives à la promotion des contenus issus d'entreprises et d'agences de presse et de services de communication audiovisuelle au titre des mesures complémentaires prévues par l'article 11 de la loi du 22 décembre 2018.*

3.1. L'opérateur indiquera au Conseil si les sources des contenus issus d'entreprises et d'agences de presse et de services de communication audiovisuelle (ci-après SCA) sont **identifiées et visibles** sur son service, et le cas échéant, s'il s'agit d'un dispositif qui leur est spécifique.

Il est invité à expliquer les moyens mis en œuvre pour procéder à cette identification, à savoir :

- **qui la réalise** (l'opérateur, les entreprises et agences de presse et SCA, ou un tiers) et, dans l'hypothèse où l'opérateur ne la réalise pas directement, **s'il la vérifie** (avant ou après publication),
- **par quels moyens et sur la base de quelles sources** elle est réalisée,
- **comment elle est portée à la connaissance de l'utilisateur** sur le service,
- les **moyens humains et technologiques déployés par l'opérateur afin d'assurer la visibilité et la mise en avant des informations provenant de ces sources** dans les résultats des moteurs de recherche, des fils d'actualité et autres espaces de diffusion de contenus opérant par classement algorithmique.

- **Voir section 3 « La promotion des contenus issus des entreprises de presse, agences de presse et services de communication audiovisuelle (article 11, alinéa 6 de la loi Fake News) » du rapport.**

3.2. Les moyens mis en œuvre par l'opérateur pour **tenir compte des démarches de labellisation et de bonnes pratiques**, notamment celles réalisées en tout ou partie par les entreprises et agences de presse et les SCA (ex. : Trust Project, Journalism Trust Initiative), seront également portés à la connaissance du Conseil. Outre la description de ces **moyens mis en œuvre** (ex. : réalisation directe, financement, partenariats, mise en avant sur le service (et comment), informations aux utilisateurs, etc.), l'opérateur précisera, le cas échéant, **sur quels critères sont sélectionnées les démarches de labellisation** concernées.

L'opérateur est invité à préciser si ces démarches constituent un des moyens d'identification des sources de contenus issus d'entreprises et d'agences de presse et de SCA et le cas échéant, de quelle manière.

- **Voir section 3 « La promotion des contenus issus des entreprises de presse, agences de presse et services de communication audiovisuelle (article 11, alinéa 6 de la loi Fake News) » du rapport.**

3.3. Le Conseil s'interroge sur les dispositifs mis en œuvre par l'opérateur pour œuvrer au « fact-checking »<sup>5</sup>. Il souhaite connaître les **partenariats et/ou actions (en interne et externe) existants** en matière de « fact-checking » (notamment aux fins de lutter contre les hypertrucages ou « deepfakes ») et en particulier :

- les critères retenus par l'opérateur pour **sélectionner les « fact-checkers »**<sup>6</sup> (notamment : nationalité et langue de travail pour un partenariat sur une zone géographique donnée) ainsi que les **contresections** qui leur sont offertes et dans quelles conditions,
- si les **contenus sur la plateforme pouvant être soumis aux « fact-checkers »** sont laissés à leur libre appréciation ou limités (le cas échéant, selon quels critères),
- l'ensemble des **moyens technologiques** mis à la disposition des « fact-checkers » dans leur travail de vérification de l'information (notamment : outil de suggestion des contenus à vérifier et, le cas échéant, selon quels critères ; mise à disposition d'une API).

- **Voir section 1.3.2 « Concernant les fausses informations » du rapport.**
- **Voir section 1.3.2.3 « Vidéos truquées et trompeuses » du rapport.**
- **Voir section 4.1 « Contexte général » du rapport.**

3.4. Le cas échéant, il serait utile que le Conseil dispose de :

- la **liste des structures de « fact-checking »** partenaires de la plateforme ;
- la **liste des contenus** suggérés par la plateforme aux « fact-checkers » pour vérification et la liste des contenus proposés à la vérification par les « fact-checkers »,
- le **nombre de contenus ayant fait l'objet d'une** intervention des « fact-checkers » sur la plateforme (décliné par types d'interventions possibles),
- le **budget consacré par l'opérateur au « fact-checking »** (incluant les contreparties financières éventuellement versées aux « fact-checkers »).

- **Voir section 1.3.2 « Concernant les fausses informations » du rapport.**

<sup>5</sup> Vérification de l'information.

<sup>6</sup> Tiers vérificateurs de l'information.



- Voir section 4.1 « Contexte général » du rapport.

3.5. L'opérateur est invité à décrire les **moyens technologiques et humains permettant de traiter les contenus dont le « fact-checking »** a montré qu'ils contenaient ou étaient susceptibles de contenir une fausse information, notamment **les mesures prises** le cas échéant (ex. : déréférencement) et leur gradation, ainsi que l'existence de **voies de recours** pour les auteurs des contenus concernés.

- Voir section 1.3.2 « Concernant les fausses informations » du rapport s'agissant des mesures prises,
- Voir section 4.1 « Contexte général » et section 1.3.2 « Concernant les fausses informations » du rapport s'agissant des moyens humains et technologiques ainsi que des mesures prises.
- Voir section 1.2. « Méthode de traitement des signalements des utilisateurs » du rapport s'agissant des voies de recours.

3.6. Le Conseil souhaite également connaître la communication de l'opérateur ou les moyens qu'il met en œuvre pour permettre aux « fact-checkers » de **communiquer auprès des utilisateurs ayant publié un tel contenu, l'ayant partagé ou ayant interagi avec** (ex. : commentaire, like).

- Voir section 2.2 « Identification des fausses informations sur les photos et les vidéos » du rapport.
- La plateforme ne met en revanche pas de moyens particuliers en œuvre pour que les *fact-checkers* interagissent avec les utilisateurs.

#### 4. Lutte contre les comptes propageant massivement de fausses informations

*Les indications suivantes s'appliquent aux opérateurs qui auraient mis en œuvre des mesures relatives à la lutte contre les comptes propageant massivement de fausses informations au titre des mesures complémentaires prévues par l'article 11 de la loi du 22 décembre 2018.*

4.1. Le Conseil souhaite savoir **comment l'opérateur appréhende la notion de comptes propageant massivement de fausses informations** et quelles sont les **mesures et moyens** (humains et technologiques) qu'il a pris afin de :

- **détecter** de tels comptes (ainsi que ceux ayant recours aux « deepfakes »),

- Voir section 1.3.2.3 « Vidéos truquées et trompeuses » du rapport.
- Voir section 1.3.3 « Concernant les spams » du rapport.

- **faire obstacle** à ces comptes (notamment la procédure, les mesures prises et leur gradation : avertissement, restriction des droits, mise en quarantaine, déréférencement, suppression du contenu, du compte, etc.) et à l'accélération et à la viralité des contenus contenant de fausses informations qu'ils véhiculent.

- Voir section 1.3.1 « Les faux comptes » du rapport.
- Voir section 1.3.2 « Concernant les fausses informations » du rapport.
- Voir section 1.3.2.4 « Réduction des incitations économiques » du rapport.

4.2. S'agissant de **l'information aux utilisateurs sur les mesures de détection et de traitement** des comptes propageant massivement de fausses informations, l'opérateur décrira les **dispositifs de suivi et de statistiques de ces mesures**, et notamment :

- si ces dispositifs sont à usage interne ou s'ils sont **accessibles aux utilisateurs, et selon quels forme et niveau de détail**,
- les **informations** auxquelles ils donnent accès : nombre de comptes détectés, signalés, traités (par des moyens humains d'une part, et des outils technologiques d'autre part) ; caractéristiques des comptes et des contenus concernés ; actions prises ; résultats,
- l'accès et le **traitement possible de ces données par l'utilisateur**, via une fonctionnalité sur le service ou permettant de les télécharger.

- Voir section 1.3.1 « Les faux comptes » du rapport.

- Voir section 2.1 « Remarques préliminaires sur la façon dont sont utilisés les technologies automatisées, telles que l'intelligence artificielle (IA) sur nos modèles d'apprentissage automatique pour lutter contre la désinformation » du rapport.

4.3. Le Conseil examinera si le service dispose d'un **espace d'information renseignant les utilisateurs sur les pratiques liées à l'utilisation de comptes propageant massivement de fausses informations susceptibles d'entraîner une intervention de sa part** et, le cas échéant :

- l'information des utilisateurs sur les **risques encourus** notamment dans les cas de création de comptes dans des volumes anormaux, de partage de contenus à des fréquences anormales et d'utilisation de renseignements faux, volés ou trompeurs,
- la **manière dont cette information est fournie** à l'utilisateur : quelle forme prend-elle, où se situe-t-elle, est-elle claire et accessible ? est-elle poussée à l'utilisateur (ou nécessite-t-elle une recherche de sa part) et, le cas échéant, dans quelle(s) situation(s) ?

- Voir section 1.4 « **Transparence – Sensibilisation des utilisateurs aux Standards de la communauté et aux Règles de la communauté** » du rapport.

- Voir section 2.1 « Remarques préliminaires sur la façon dont sont utilisés les technologies automatisées, telles que l'intelligence artificielle (IA) sur nos modèles d'apprentissage automatique pour lutter contre la désinformation » du rapport.

4.4. Le Conseil souhaite disposer de **données chiffrées** sur les mesures de lutte prises par l'opérateur contre les comptes propageant massivement de fausses informations, notamment :

- le **nombre de comptes propageant massivement de fausses informations détectés** sur le service, et la proportion qu'ils représentent par rapport au nombre total de comptes sur le service,
- les **origines de cette détection** (moyens technologiques, signalements par des tiers, signalements en interne) et leur répartition,
- parmi les comptes détectés, le **nombre de ceux ayant fait l'objet d'un traitement** par l'opérateur, et de ceux ayant fait l'objet de mesures (en déclinant par types de mesures),
- les **moyens financiers et humains** mis en œuvre par l'opérateur pour lutter contre les comptes propageant massivement de fausses informations,

- Voir Section 1.2 « **Méthode de traitement de signalement des utilisateurs** » du rapport.

- Voir Section 1.3 « **Indicateurs et statistiques** » du rapport.

- Voir Section 1.3.1 « **Les faux comptes** » du rapport.

- Voir Section 1.3.3 « **Concernant les spams** » du rapport.

- Voir Section 4.1 « **Contexte général** » du rapport (s'agissant des moyens humains mis en œuvre).

- le cas échéant, les recettes générées pour la plateforme par de tels comptes et celles qu'elle leur a reversées en 2019.

- **Aucune recette n'est générée par la plateforme dans la mesure où ces comptes sont supprimés.**

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

*Les indications suivantes s'appliquent aux opérateurs qui auraient mis en œuvre des mesures relatives à l'information des utilisateurs sur la nature, l'origine et les modalités de diffusion des contenus et à l'information des utilisateurs sur l'identité de la personne physique ou la raison sociale, le siège social et l'objet social des personnes morales leur versant des rémunérations en contresection de la promotion de contenus d'information se rattachant à un débat d'intérêt général au titre des mesures complémentaires prévues par l'article 11 de la loi du 22 décembre 2018.*

5.1. En premier lieu, l'opérateur renseignera le Conseil sur le traitement des **contenus sponsorisés en général** et sur les informations fournies à l'utilisateur à leur sujet :

- sont-ils clairement **distingués des autres contenus**, et comment ?

- la plateforme permet-elle à l'utilisateur d'identifier les **critères** qui l'ont conduite à lui proposer tel contenu sponsorisé, et quelles sont les informations qu'elle lui fournit ?

- **Voir section 2.3 « Plus grande transparence et meilleur contrôle » du rapport.**

- **Voir section 2.3.1 « Activité sur Facebook » du rapport.**

- **Voir section 2.3.2 « Activité en dehors de Facebook » du rapport.**

- **Voir section 5.1 « Publicité à caractère politique et thématique » du rapport.**

- **l'origine** du contenu sponsorisé est-elle identifiée et affichée (ainsi que celle du sponsor, si elle diffère) ?
- le service fournit-il des **indications sur les modalités de diffusion** des contenus sponsorisés (existence de contresections financières, nombre de vues, type de population ciblée, manière dont le contenu a été généré (automatisée ou non), autres) ?
- l'opérateur précise-t-il ses **politiques publicitaires** dans des documents publics disponibles en français, notamment en matière de lutte contre la désinformation sur son service ?
- où et comment la plateforme appelle-t-elle les utilisateurs à la **vigilance sur les contenus sponsorisés ayant fait l'objet de signalements** ?

- **Voir section 5.1 « Publicité à caractère politique et thématique » du rapport.**

5.2. En second lieu, le Conseil souhaite connaître la **définition des contenus d'information se rattachant à un débat d'intérêt général** adoptée par l'opérateur, la manière dont il identifie les contenus sponsorisés relevant de cette catégorie et **leur nombre** sur la plateforme en 2019. L'opérateur peut également faire part au Conseil de tout **système de vérification particulier** qu'il aurait mis en place pour les annonceurs faisant la promotion de contenus d'information se rattachant à un débat d'intérêt général sur le service et indiquer, le cas échéant, le nombre d'annonceurs ayant fait l'objet de cette procédure spécifique.

- **Voir section 5.1 « Publicité à caractère politique et thématique » du rapport.**

5.3. S'agissant de **l'information du public à l'égard de ces contenus** sponsorisés d'information se rattachant à un débat d'intérêt général, l'opérateur pourra préciser comment ils sont distingués sur le service et quelles informations fournit la plateforme à l'utilisateur à leur sujet (notamment : identité de la personne physique ; raison sociale, siège social et objet social des personnes morales).

- **Voir section 5.1 « Publicité à caractère politique et thématique » du rapport.**

5.4. Dans la mesure où le dispositif différerait du dispositif de signalement général, le Conseil souhaite que l'opérateur lui indique si l'utilisateur peut **signaler un contenu sponsorisé pour « fausse information » (ou équivalent), et en particulier un contenu sponsorisé d'information se rattachant à un débat d'intérêt général**. Le cas échéant, il souhaite également connaître les modalités de signalement (faut-il avoir un compte pour signaler le contenu, quelle est la démarche pour signaler ces contenus...) et dans quelles conditions et comment l'opérateur interagit avec les utilisateurs concernés par ce signalement (auteur du contenu et auteur du signalement ; information concernant l'avancée du traitement du signalement). L'opérateur pourra ici préciser le nombre de signalements reçus et traités relatifs à des contenus sponsorisés et, plus particulièrement, aux contenus sponsorisés d'information se rattachant à un débat d'intérêt général, en indiquant, quand cela est possible, le nombre de signalements pour des raisons de « fausses informations ». Enfin, il pourra détailler les moyens (technologiques, humains et financiers) mis en œuvre pour traiter ces signalements.

- **Le dispositif ne diffère pas du dispositif de signalement général.**

5.5. L'opérateur précisera les **moyens, technologiques ou autres, permettant aux contenus sponsorisés de gagner en visibilité** sur la plateforme (possibilité pour l'annonceur de viser un public en particulier, de choisir le format du contenu, avec quelles contresections ; impact des interactions des utilisateurs avec le contenu sponsorisé ; etc.).

Il pourra également indiquer s'il a mis en place des **mesures relatives à la sécurité des marques** (*brand safety*) permettant de garantir aux annonceurs que leurs contenus sponsorisés ne seront pas associés à des comptes, pages ou contenus propageant de fausses informations.

5.6. Enfin, l'opérateur indiquera au Conseil s'il dispose d'une **base de données relative aux contenus sponsorisés** diffusés sur le service, en général, et plus spécifiquement, aux contenus sponsorisés d'information se rattachant à un débat d'intérêt général ; il indiquera le cas échéant :

- si cette base est publique,
- les types de données qu'elle contient,
- si celles-ci peuvent être filtrées spécifiquement pour la France,
- si l'utilisateur, via une fonctionnalité sur le service ou permettant de les télécharger, peut y avoir accès.

- **Voir section 5.1 « Publicité à caractère politique et thématique » du rapport, en particulier les sections intitulées « La bibliothèque publicitaire », « L'API de la bibliothèque publicitaire » et « Le rapport de la bibliothèque publicitaire ».**

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

*Les indications suivantes s'appliquent aux opérateurs qui auraient mis en œuvre des mesures relatives à l'éducation aux médias et à l'information au titre des mesures complémentaires prévues par l'article 11 de la loi du 22 décembre 2018.*

6.1. L'opérateur est invité à déclarer au Conseil s'il a développé ou mis en place ;

- des **outils permettant aux utilisateurs d'identifier la fiabilité des informations et sources d'informations** qui sont proposées sur le service,

- **Voir section 5 « Fournir des informations aux utilisateurs sur la nature, l'origine et les modalités de diffusion du contenu, ainsi que sur l'identité des personnes qui payent pour parrainer du contenu d'information (article 11, alinéa 8 de la loi Fake News) » du rapport.**

- des **actions ciblées sur le service afin de sensibiliser les utilisateurs à une utilisation maîtrisée** de celui-ci (ex : encart d'information au moment de la publication d'un message, rappel des règles de savoir-vivre en ligne, etc.), qu'elles soient menées par l'opérateur seul ou en partenariat,
- plus généralement, des **actions qu'il aurait menées, accompagnées ou promues en matière d'éducation aux médias et à l'information dans le domaine de la lutte contre la désinformation en ligne**, et leur nombre (en distinguant en fonction de la nature de son implication),
- les soutiens qu'il apporterait à **des initiatives indépendantes émanant de journalistes et de chercheurs** destinées à mieux comprendre et mesurer le phénomène de la désinformation.

- **Voir section 6 « La promotion de l'éducation aux médias et à l'information (article 11, alinéa 9 de la loi Fake News) » du rapport.**

6.2. L'opérateur **décrira en quelques lignes chaque outil, action ou soutien**, en s'attachant notamment à indiquer : sa nature, son objectif, en quoi il/elle consiste, sa date de lancement, son accessibilité et sa mise en valeur auprès du public et des utilisateurs, le ou les public(s) visé(s) et l'impact de son action sur ces derniers (notamment en termes quantitatifs, ex. : nombre de personnes effectivement touchées), les partenaires éventuels, la nature de sa propre implication et le montant des dépenses qu'il a engagées et/ou des recettes qu'il a tirées pour chacune de ces opérations. Il pourra fournir toute présentation illustrée de ces différentes mesures.

- **Voir section 6 « La promotion de l'éducation aux médias et à l'information (article 11, alinéa 9 de la loi Fake News) » du rapport.**

- **Voir section 5 « Fournir des informations aux utilisateurs sur la nature, l'origine et les modalités de diffusion du contenu, ainsi que sur l'identité des personnes qui payent pour parrainer du contenu d'information (article 11, alinéa 8 de la loi Fake News) » du rapport.**

6.3. S'agissant spécifiquement des opérations qu'il promouvrait, il indiquera au Conseil **s'il est à l'initiative de cette action de promotion** ou s'il est sollicité par d'autres acteurs et comment elle s'opère.

- Voir section 6 « La promotion de l'éducation aux médias et à l'information (article 11, alinéa 9 de la loi Fake News » du rapport.

6.4. Il renseignera le Conseil sur les **relations qu'il entretient avec le milieu de la recherche et les initiatives qu'il a conduites ou soutenues** dans ce domaine en France, ou impliquant la recherche française, ainsi que la publicité qu'il aurait faite de ces initiatives.

En particulier, le Conseil souhaite savoir si l'opérateur a conclu des partenariats avec le monde de la recherche pour mieux cerner certains comportements et phénomènes liés à la diffusion de fausses informations en ligne et **les moyens** qu'il met à leur disposition (ex. : concernant la propagation de fausses informations, l'opérateur donne-t-il accès à des données - notamment via une API -, et si oui, sous quelles conditions cet accès est-il possible ?).

- Voir section 6 « La promotion de l'éducation aux médias et à l'information (article 11, alinéa 9 de la loi Fake News » et section 7 « Les principales mesures mises en œuvre pour lutter contre la désinformation à partir de janvier 2020 » du rapport, notamment sur la chaire universitaire nationale sur l'éducation aux médias en partenariat lancée en partenariat avec l'Ecole de Journalisme de Lille et le Fonds pour le Civisme en ligne.

## 7. Remarques générales

7.1. L'opérateur est invité à indiquer au Conseil le **nombre global de contenus identifiés par lui comme comportant une fausse information** sur son service en 2019, toutes sources de détection confondues (interne, utilisateurs, « fact-checkers »...), ainsi que le nombre d'entre eux ayant fait l'objet d'une mesure en conséquence, en déclinant en fonction du type de mesures adoptées.

- Voir section 1.3 « Indicateurs et statistiques ». Nous comptabilisons uniquement les contenus que nous supprimons, et non pas ceux que nous identifions.

7.2. Le Conseil l'incite enfin à faire part de **toute autre remarque** qu'il souhaiterait porter à sa connaissance, en particulier sur les actions mises en place qui ne sont pas visées à l'article 11 de la loi du 22 décembre 2018 ni dans la recommandation du Conseil du 15 mai 2019 et dont la mise en place s'avérerait pertinente pour faire face aux enjeux évolutifs de la manipulation de l'information.

A cet égard, il pourra notamment porter à la connaissance du Conseil **les actions menées de façon à identifier, par ses soins, les contenus susceptibles de constituer des fausses informations**, et les mesures prises en conséquence (ou le cas échéant, indiquer si elles sont identiques à celles prises à l'issue du traitement des signalements d'utilisateurs).

- Nous n'avons pas de remarque particulière à ajouter à notre rapport qui dresse un panorama complet de nos actions mises en place pour lutter contre la désinformation.

7.3. L'opérateur est invité à faire part au Conseil des **actions qu'il envisagerait de mener à l'avenir** s'agissant de la mise en œuvre des différentes mesures et, plus globalement, de la lutte contre la désinformation.

- Voir section 7 « Les principales mesures mises en œuvre pour lutter contre la désinformation à partir de janvier 2020 » du rapport.