



Réponse au questionnaire de l'ARCOM relatif aux mesures prises pour lutter contre la désinformation, en application du Titre III de la Loi du 22 décembre 2018
1er juillet 2022

I. Présentation de Pinterest

Le 18 mai 2022, l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (ARCOM) a adressé un questionnaire concernant les mesures prises par les plateformes en ligne contre la manipulation de l'information et a invité Pinterest à faire part de ses observations. Pinterest partage l'objectif de l'ARCOM de lutter contre la désinformation sous toutes ses formes. Depuis des années, Pinterest prend part à la lutte contre la manipulation de l'information et s'assure que les utilisateurs ont accès à des sources fiables sur des sujets sensibles tels que la désinformation médicale, les informations erronées ou trompeuses sur le changement climatique ou encore, la manipulation d'informations susceptibles de nuire à l'intégrité d'une élection. Pinterest salue l'opportunité de pouvoir fournir des précisions sur les mesures qu'elle met en place pour supprimer et limiter la diffusion de contenus faux ou trompeurs qui pourraient nuire au bien-être, à la sécurité ou à la confiance de ses utilisateurs.

Pinterest est un moteur de recherche visuel où plus de 400 millions d'utilisateurs (ou « épingleurs », « pinners » en anglais) à travers le monde se rendent pour trouver de l'inspiration pour leur vie. Pinterest montre aux utilisateurs des recommandations de visuels appelées Épingles. Les Épingles sont créées par des utilisateurs, particuliers ou professionnels, qui publient des photos ou des vidéos ou créent des liens vers du contenu en ligne, et proposent une légende associée.

Pinterest sélectionne les Épingles qu'elle recommande aux utilisateurs en fonction des centres d'intérêts que ceux-ci nous ont communiqués, à l'aide de diverses sources pour déterminer ce qu'il convient de recommander à un utilisateur, y compris l'historique de recherche de l'utilisateur sur Pinterest et les intérêts qu'il sélectionne lors de son inscription au service. Un utilisateur qui s'intéresse à la cuisine végétarienne verra plus d'Épingles renvoyant à des recettes, tandis que celui qui manifeste un intérêt pour le voyage ou le design d'intérieur se verra recommander des contenus plus adaptés à ses intérêts. Les utilisateurs peuvent ensuite enregistrer et organiser ces recommandations dans des collections appelées tableaux.



Bien que les utilisateurs puissent interagir entre eux en échangeant des Épingles, en créant des tableaux communs et envoyant des messages, le service n'a pas vocation à être utilisé pour communiquer ou créer un réseau social. La mission de Pinterest est davantage d'inspirer les utilisateurs et ainsi leur donner les moyens de concrétiser leurs rêves. La navigation et l'enregistrement d'idées visuelles sur le service de Pinterest aident les utilisateurs à imaginer à quoi pourrait ressembler leur avenir, ce qui les aide à passer de l'inspiration à la réalité – à se déconnecter et cuisiner la recette qui leur a été suggérée, préparer telle fête, acheter telle tenue, etc.

Pinterest est un service gratuit monétisé par la vente de publicité en ligne. Pinterest propose une gamme de produits publicitaires, notamment basée sur la promotion des marques et le suivi de performance des campagnes publicitaires. Sur Pinterest, les entreprises de toutes tailles et de nombreux secteurs peuvent atteindre un ensemble d'objectifs variés, allant du développement de la notoriété d'une marque à l'augmentation du trafic en ligne, en passant par la stimulation des ventes.

Pinterest est disponible sur les mobiles et tablettes IOS, les mobiles et tablettes Android, le web sur mobile et sur ordinateur. Pinterest utilise par défaut la langue sélectionnée dans les paramètres de l'appareil de l'utilisateur et les utilisateurs peuvent modifier à tout moment, via les paramètres, la langue dans laquelle ils consultent Pinterest. Le pays sélectionné par l'utilisateur lors de l'inscription ou dans ses paramètres d'utilisateur est l'un des facteurs utilisés par Pinterest pour recommander le contenu le plus pertinent pour cet utilisateur.

Pinterest Europe Limited (basée en Irlande) est le fournisseur du service aux utilisateurs en France. Le siège social est situé à l'adresse suivante : Palmerston House 2nd Floor ; Fenian Street ; Dublin 2 ; Dublin, Irlande. Sa filiale, Pinterest France SAS, lui fournit des services de localisation et de marketing en France. Son siège se situe située 18 Boulevard Malesherbes ; 75008 Paris.

Au 31 décembre 2021, Pinterest comptait 48 collaborateurs en équivalent temps plein en France et 3 244 collaborateurs en équivalent temps plein en dehors de France. L'interlocuteur de Pinterest pour les besoins de l'article 13 de la loi du 22 décembre 2018 est Adrien Boyer, Responsable France chez Pinterest.



En 2021, Pinterest comptait plus de d'utilisateurs mensuels en moyenne en France et plus de ██████ d'utilisateurs mensuels en moyenne dans l'UE. Son chiffre d'affaires en 2021 s'élevait à ██████ en France, ██████ dans l'UE et 2 169 060 125 euros dans le monde entier (ces chiffres sont approximatifs dans la mesure où ils sont convertis sur la base d'un taux de change EUR-USD pondéré de 2021).

II. Politiques de Pinterest en matière de désinformation

La mission de Pinterest consiste à donner à chacun l'inspiration nécessaire pour créer la vie qu'il aime. Pour faire de Pinterest un lieu sûr et inspirant, Pinterest développe et applique des politiques de contenu qui permettent de s'assurer que Pinterest demeure un lieu propice à l'inspiration, où les utilisateurs peuvent trouver des idées qu'ils concrétiseront dans leur vie réelle et faire naître l'inspiration à propos de ce qu'ils vont pouvoir essayer, cuisiner, porter, ou faire par la suite. Pinterest a de solides lignes directrices, élaborées en collaboration avec des experts en la matière, qui décrivent ce qui est permis sur Pinterest et ce qui ne l'est pas. Ces lignes directrices sont clairement communiquées aux utilisateurs et appliquées par le biais de systèmes de modération de contenus mis en place par Pinterest, comme détaillé ci-dessous.

Parmi les contenus préjudiciables, Pinterest s'engage à prévenir, à identifier et à supprimer des contenus erronés ou trompeurs et les groupes qui les créent ou les diffusent. Les politiques de Pinterest concernant la désinformation ne diffèrent pas selon les zones géographiques, et s'appliquent à tous les utilisateurs. Pinterest ne fait pas d'exception pour les personnalités publiques, les politiciens ou d'autres utilisateurs.

Pinterest s'efforce d'identifier, de limiter la diffusion ou de désactiver les contenus préjudiciables de sa plateforme conformément à ses politiques de contenus et ses pratiques de modération en constante évolution pour s'adapter aux nouveaux comportements et tendances afin de créer un espace plus sûr pour les utilisateurs.

A. Désinformation

Dans le cadre du processus d'inscription, les utilisateurs acceptent les Conditions d'utilisation de Pinterest, disponibles à l'adresse <https://policy.pinterest.com/fr/terms-of-service> pour les utilisateurs individuels, et <https://business.pinterest.com/fr/business-terms-of-service/> pour les utilisateurs professionnels. Dans le cadre de ses Conditions d'utilisation, Pinterest inclut également le Guide pour la communauté que les utilisateurs acceptent de respecter (disponibles à l'adresse <https://policy.pinterest.com/fr/community-guidelines>).



Le Guide pour la communauté de Pinterest est rédigé en des termes aisément compréhensibles et comprend une section bien visible intitulée « Désinformation » qui interdit clairement tout type de mésinformation, désinformation ou information malveillante sur Pinterest. Plusieurs types de désinformations interdites sont mis en évidence, comme par exemple les allégations concernant la santé non étayées par des preuves médicales, telles que les conseils anti-vaccination ou les faux traitements ; les contenus audios ou visuels manipulés, également désignés sous le vocable « deepfakes » ; des informations erronées ou trompeuses qui nuisent à l'intégrité des élections, qui mettrait en cause la légitimité des résultats d'élections ou entraveraient la participation à la vie civique ; ou encore la désinformation climatique :

Désinformation

Pinterest n'est pas un support autorisant la mésinformation, la désinformation ou l'information malveillante et n'est pas un lieu pour les personnes ou les groupes qui la diffusent ou la créent. Nous supprimons ou limitons la diffusion de contenu erroné ou trompeur susceptible de nuire au bien-être, à la sécurité ou à la confiance des utilisateurs ou du public, notamment :

Pinterest a été l'une des premières plateformes à mettre en œuvre une politique interdisant la désinformation médicale, y compris les renseignements erronés sur les vaccins, en 2017. Elle a également interdit les publicités politiques depuis 2018. Pinterest est également la seule plateforme à avoir clairement défini des lignes directrices contre la diffusion d'informations erronées ou trompeuses sur le changement climatique, y compris les théories du complot, à travers les contenus et les publicités.

B. Spam

Le Guide pour la communauté de Pinterest contient également une section bien visible intitulée « Spam » qui interdit divers comportements liés à la diffusion de volumes élevés de contenu indésirables. Les règles relatives aux spams de Pinterest interdisent notamment: la création ou l'enregistrement de contenus répétitifs, trompeurs ou non pertinents dans le but de gagner de l'argent ; la création ou l'exploitation de faux comptes, ou la création de comptes en masse ; l'établissement de liens dirigeant vers des sites Internet dangereux, trompeurs ou non fiables ; l'envoi de messages répétés et non sollicités ; ou la formulation de commentaires répétitifs ou non pertinents. La politique de Pinterest relative aux Spams est appliquée distinctement de ses politiques contre la désinformation, et les données mentionnées à la Section IV. ci-dessous ne comprennent pas les spams.

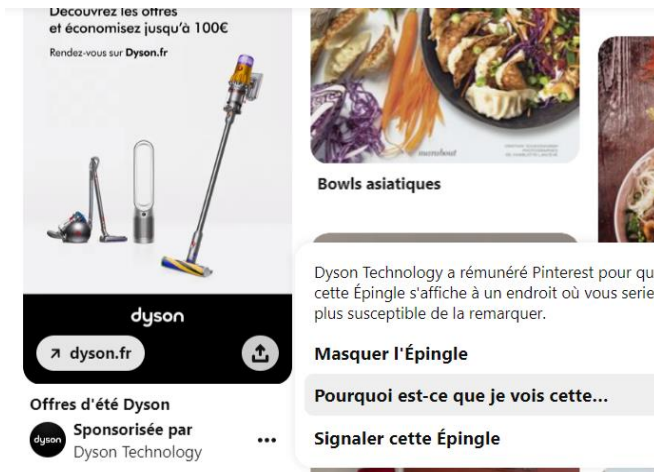
C. Publicités trompeuses

Le contenu commercial qui apparaît sur Pinterest est constitué de publicités et de contenus sponsorisés. Les publicités sur Pinterest sont marquées comme telles par les mots « Sponsorisée par » suivis du nom de l'annonceur.

Les annonceurs peuvent cibler une audience de diverses manières, et leurs publicités sont diffusées aux utilisateurs via le système d'enchères publicitaires de Pinterest. Le Centre d'aide de Pinterest contient des informations détaillées sur les formats d'annonces disponibles, les options de ciblage, la structure de campagne et la diffusion de publicités sur Pinterest :

<https://help.pinterest.com/fr/business/guide/becoming-an-advertiser-on-pinterest>

Si un utilisateur clique sur le menu « ... » à côté de l'identification d'un annonceur, il verra un message indiquant que la publicité a été placée du fait d'une rémunération financière de la part de l'annonceur. Un autre bouton indique « Pourquoi est-ce que je vois cette annonce ? », et fournit des informations sur la raison pour laquelle l'utilisateur a été ciblé dans l'audience de cette publicité.



Découvrez les offres et économisez jusqu'à 100€
Rendez-vous sur [Dyson.fr](https://www.dyson.fr)

dyson
dyson.fr

Offres d'été Dyson
Sponsorisée par
Dyson Technology

Bowls asiatiques

Dyson Technology a rémunéré Pinterest pour que cette Épingle s'affiche à un endroit où vous seriez plus susceptible de la remarquer.

Masquer l'Épingle

Pourquoi est-ce que je vois cette...

Signaler cette Épingle

✕ Pourquoi est-ce que je vois cette annonce ?

Dyson Technology souhaite que ses annonces soient diffusées auprès de personnes comme vous.
En savoir plus

Je ne veux pas voir cette annonce

Si vous ne souhaitez pas voir les annonces d'un annonceur en particulier, vous pouvez bloquer son profil Pinterest. En savoir plus



Différents paramètres sont disponibles pour les préférences publicitaires dans la section « Confidentialité et Données » du menu Paramètres de l'utilisateur. Ces paramètres permettent à l'utilisateur de choisir si Pinterest sera personnalisé grâce aux informations provenant d'autres sites internet ou plateformes tierces ; si les partenaires publicitaires de Pinterest peuvent fournir à Pinterest des informations sur l'activité hors Pinterest de l'utilisateur afin de diffuser des publicités plus pertinentes ; si les suggestions d'annonces à propos de qui s'affichent sur d'autres plateformes, sites ou applications sont améliorées à l'aide d'informations sur leurs activités sur Pinterest ; et si Pinterest partage des informations sur l'activité de l'utilisateur sur Pinterest dans le cadre de rapports de performance publicitaire. Ces paramètres sont décrits plus en détail dans l'article suivant du Centre d'aide :

<https://help.pinterest.com/fr/article/edit-personalization-settings>

Les lignes directrices de Pinterest contre la désinformation s'appliquent aux contenus rémunérés ainsi qu'aux contenus organiques (gratuit), et les publicités sont également assujetties à des politiques supplémentaires. Les annonceurs doivent se conformer aux Règles publicitaires de Pinterest, qui stipulent que les publicités ne peuvent contenir de contenus ou d'images erronés ou trompeurs. En particulier, les Règles publicitaires interdisent les publicités qui portent atteinte à l'intégrité d'une élection ou qui donnent une représentation erronée des causes et des impacts du changement climatique et des solutions pour y remédier. Pinterest interdit également toute forme de publicités relatives aux campagnes électorales, y compris des annonces relatives aux candidats politiques, aux partis politiques, aux référendums, aux votes ou à la législation ou aux produits liés à des candidats politiques, des partis ou des élections :

Campagnes politiques

Nous n'autorisons pas les annonces pour :

- L'élection ou la défaite de candidats politiques se présentant à des fonctions officielles, y compris le financement de candidats ou de partis politiques.
- Les partis politiques ou les comités d'action
- Les questions politiques ayant pour but d'influencer une élection
- La législation, y compris des référendums ou des votes
- Les produits liés à des candidats politiques, des partis ou des élections



Dans une section intitulée « Soyez respectueux avec votre cible », les Règles publicitaires identifient également certains types de mots-clés sensibles qui ne sauraient être utilisés par les annonceurs pour cibler les utilisateurs, y compris, entre autres, les mots-clés relatifs à l'origine raciale ou ethnique, à la religion, à l'orientation sexuelle ou à l'identité de genre, ou à l'affiliation politique. Les annonceurs s'apercevront que ces mots-clés sont bloqués lors de la sélection de leurs options de ciblage.

Le Guide pour la communauté de Pinterest comprend également un ensemble de Lignes directrices sur les partenariats rémunérés pour les Créateurs, qui exigent que tous les partenariats rémunérés doivent révéler la nature commerciale de leur contenu. Les lignes directrices des partenariats rémunérés définissent le partenariat rémunéré de manière générale, de manière à inclure tout contenu sponsorisé ou de marque sur Pinterest qui promeut un partenaire commercial ou est influencé par celui-ci un échange d'une contrepartie, qui peut être un paiement ou toute autre incitation. Les partenariats rémunérés peuvent être identifiés au moyen d'une mention (telle que #annonce) dans l'image ou la description de l'Épingle, ou en utilisant l'outil de partenariat rémunéré de Pinterest, qui permet à l'utilisateur d'afficher la mention d'une marque ou d'une société avec laquelle il a un partenariat.

De plus amples informations sur l'outil de partenariat rémunéré de Pinterest sont disponibles ici :

<https://help.pinterest.com/fr/business/article/paid-partnerships-for-creators>

Pour appliquer ces politiques, [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]. Lors de cet examen, les publicités qui ne sont pas conformes aux lignes directrices de Pinterest seront refusées et l'annonceur en sera informé. Pinterest peut également supprimer des annonces, catégories d'annonces ou annonceurs qui obtiennent beaucoup de commentaires négatifs de la communauté pour violation des politiques de Pinterest. Les Lignes directrices publicitaires de Pinterest sont disponibles au lien suivant : <https://policy.pinterest.com/fr/advertising-guidelines>



III. Mesures prises par Pinterest contre la désinformation

Comme détaillé dans les présentes, Pinterest lutte contre la désinformation en combinant les signalements d'utilisateur, des outils automatisés de modération de contenus et en adoptant une approche hybride qui conjugue un examen à la fois manuel et automatisé. Pinterest a également lancé plusieurs initiatives pour lutter de manière préventive contre les risques de désinformation, notamment en réponse à la pandémie de COVID-19, et en prévision des élections présidentielles en France et ailleurs.

Bien que Pinterest dispose d'outils solides pour lutter contre la désinformation, elle a conscience que cet effort est complexe et évolutif. C'est pourquoi Pinterest travaille avec d'autres acteurs du secteur ainsi qu'avec des organisations d'experts, des organismes gouvernementaux et des organismes sans but lucratif pour tirer parti de leur expertise et bénéficier de leurs observations sur les moyens mis en œuvre par Pinterest.

Ces collaborations comprennent le partenariat de Pinterest avec Graphika, un cabinet de premier plan spécialisé dans l'analyse de réseaux sociaux. Graphika tire parti de l'IA pour étudier le paysage des réseaux sociaux, cartographier les relations structurelles entre les acteurs en ligne et segmenter ces réseaux complexes en fonction des modèles de relations. Graphika analyse comment les communautés se forment en ligne, et cartographie l'influence et le flux d'information au sein des réseaux à grande échelle. Les clients de Graphika comprennent plusieurs plateformes telles que Facebook, Google et Twitter, ce qui l'aide à repérer la désinformation dans l'écosystème en ligne.

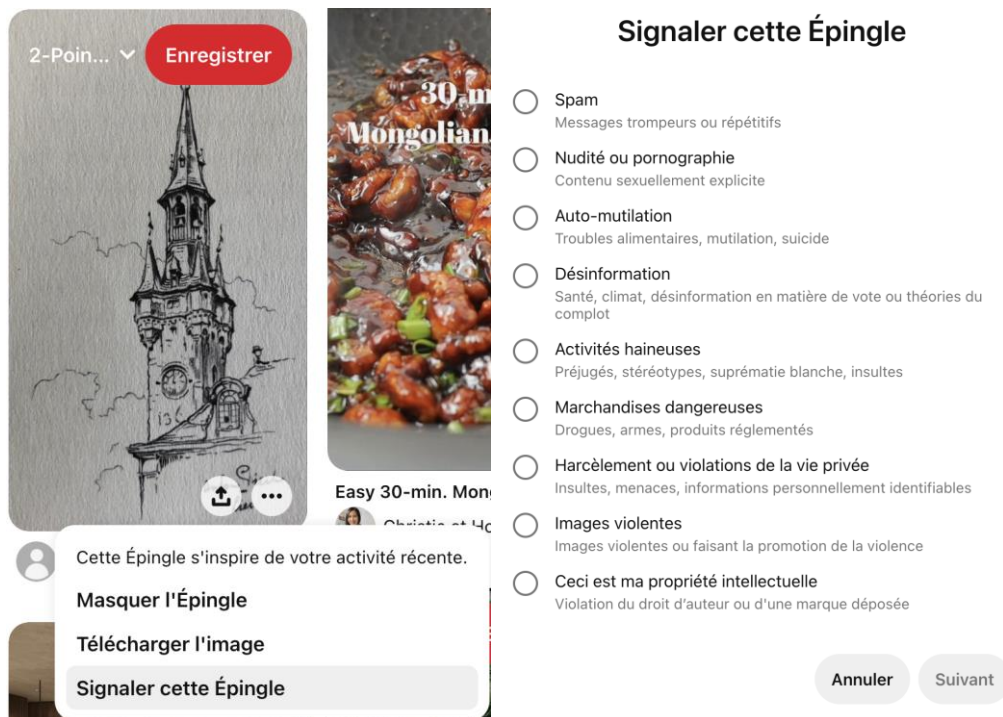
Grâce à son partenariat avec Graphika, Pinterest reste informée des tendances en matière de désinformation sur d'autres plateformes et a mis au point des flux de travail pour s'assurer que l'analyse de Graphika est utilisée à la fois pour supprimer la désinformation et permettre à Pinterest d'atténuer les risques avant même que la désinformation ne se produise sur Pinterest.

A. Signalement d'utilisateur

Tou(te)s les Épingles, liens, messages et commentaires sur Pinterest peuvent être facilement signalés à l'équipe de modération de Pinterest par l'intermédiaire d'un processus de signalement intégré, ou d'un formulaire en ligne accessible par quiconque, qu'il s'agisse ou non d'un utilisateur de Pinterest.

L'outil de signalement intégré de Pinterest est disponible sur toutes les versions de Pinterest (web, iOS ou Android), et peut être consulté via le menu « ... » de chaque Épingle, soit via la page d'accueil permettant de voir en petit format de nombreuses Épingles (par exemple sur la page d'accueil, ou dans les résultats de recherche) soit en vue rapprochée (c'est-à-dire lors de la consultation d'une seule Épingle).

Après avoir cliqué sur « ... », l'utilisateur se voit présenter un menu qui inclut « Signaler une Épingle ». Ensuite, l'utilisateur sélectionne la raison de son signalement.



Si l'utilisateur sélectionne « Désinformation : Santé, climat, désinformation en matière de vote ou théories du complot » comme raison de son signalement, il est invité à choisir un type de désinformation, en choisissant soit la désinformation médicale, soit la désinformation sur la participation à la vie civique, soit la désinformation sur le climat, soit une théorie du complot :

Signaler cette Épingle

- Il s'agit de désinformation médicale >
- Il s'agit de désinformation sur la participation civique >
- Il s'agit de désinformation sur le climat >
- Il s'agit d'une théorie du complot >

Retour

En fonction du type de désinformation qu'il sélectionne, l'utilisateur reçoit une explication des types de contenu que Pinterest supprime ou ne supprime pas dans cette catégorie.

Pour la désinformation médicale, la page indique :

Signaler de la désinformation médicale ?

Ce que nous supprimons :

- Les faux traitements contre le cancer et autres maladies terminales
- Conseils anti-vaccination

Ce que nous autorisons :

- Conseils pour l'utilisation de thés, d'huiles ou d'herbes pour améliorer le sommeil
- Contenu sur une alimentation saine, y compris des purifiants et compléments



En cas de désinformation sur la participation à la vie civique, la page indique :

Signaler de la désinformation sur la participation civique ?

Ce que nous supprimons :

- Désinformation en matière de vote et de recensement
- Fausses informations sur les élections ou l'actualité, destinées à tromper délibérément

Ce que nous autorisons :

- Désaccords sur les politiques publiques

Pour la désinformation sur le climat, la page indique :

Signaler de la désinformation sur le climat ?

Ce que nous supprimons :

- La négation de la réalité des changements climatiques
- Les fausses informations concernant des événements météorologiques extrêmes

Ce que nous autorisons :

- Les conseils sur la durabilité

Pour les théories du complot, la page indique :

Signaler des théories du complot ?

Ce que nous supprimons :

- Théories du complot fondées sur la haine, comme le déni de l'Holocauste
- Complots sur des personnes ou des lieux particuliers

Ce que nous autorisons :

- Histoires de fantômes
- Théories sur les OVNI

L'utilisateur clique ensuite sur « Signaler » pour finaliser son signalement.



Bien que cet outil de signalement soit uniquement disponible pour les utilisateurs ayant un compte Pinterest, toute personne peut signaler quelque chose sans être connecté à Pinterest en utilisant le formulaire de contact disponible dans le Centre d'aide Pinterest (<https://help.pinterest.com/fr/contact>), ce qui est similaire au processus de signalement intégré. Pinterest examine également les signalements reçus par courriel et par d'autres moyens.

La majorité des contenus signalés à Pinterest via l'outil de signalement intégré ou le Centre d'aide sont examinés manuellement par une équipe d'agents qui fonctionne 7 jours sur 7 (comme indiqué dans la Section III.B. ci-dessous, certains signalements sont traités par des outils automatisés). Si le contenu est considéré comme une violation du Guide pour la communauté de Pinterest, Pinterest peut supprimer le contenu, limiter sa diffusion en le retirant des résultats de recherche et des contenus recommandés, ou le bloquer complètement, en fonction du préjudice qu'il cause.

Pinterest peut également prendre des mesures contre les comptes, les individus et les groupes qui créent ou diffusent des contenus préjudiciables. Pour chaque signalement qui sera examiné manuellement, les examinateurs formés vérifient un échantillon des autres contenus de l'utilisateur en plus du contenu faisant initialement l'objet d'un signalement. Si d'autres contenus sont jugés comme étant préjudiciables, les tableaux de l'utilisateur ou son compte peuvent être désactivés ou supprimés des résultats de recherche et des contenus recommandés.

Dans le cas où un utilisateur estimerait qu'une mesure de modération prise à son encontre l'a été par erreur, il peut faire appel de la décision. (Voir section III.C., ci-dessous.)

B. Outils automatisés

En plus de l'examen manuel décrit ci-dessus, Pinterest désactive les Épingles au moyen d'outils automatisés, ainsi que par une approche hybride qui combine des éléments des deux approches.



Pinterest utilise des outils automatisés, basés sur les dernières techniques de modélisation et des données constamment actualisées, qui utilisent une combinaison de facteurs pour identifier et modérer des contenus potentiellement contrevenants. Les modèles d'apprentissage automatique de Pinterest attribuent des scores à chaque image ajoutée à la plateforme et, à l'aide de ces scores, ses outils automatisés peuvent alors appliquer la même décision d'exécution à d'autres Épingles contenant les mêmes images.

Pinterest utilise les dernières techniques de modélisation et améliore continuellement ses modèles en ajoutant de nouvelles données et en explorant de nouvelles percées techniques pour maintenir ou améliorer leur performance au fil du temps afin de traiter efficacement des contenus préjudiciables. Avant de lancer un modèle d'apprentissage automatique, Pinterest évalue la performance de ce modèle à travers des analyses hors-ligne et des expériences en ligne. Pinterest examine un certain nombre de mesures pour examiner sa performance, y compris sa précision et sa fréquence.

Les désactivations hybrides visent celles pour lesquelles un humain détermine qu'une Épingle viole la politique, et où les systèmes automatisés aident à élargir cette décision pour l'appliquer aux Épingles correspondantes identifiées par une machine. Selon la proportion d'Épingles correspondantes, une désactivation hybride peut entraîner la désactivation d'un certain nombre d'Épingles ou aucune.

Les mécanismes utilisés pour traiter les différentes violations potentielles des politiques peuvent varier en fonction de l'état de la technologie disponible, du volume de contenus contrevenants et d'autres facteurs tels que la complexité de l'évaluation. Pinterest continue de développer et de faire évoluer ses outils et espère d'autres améliorations à l'avenir.

C. Appels des décisions de modération des contenus

Si un contenu signalé est désactivé par Pinterest, l'utilisateur qui a sauvegardé le contenu est informé par courriel de la suppression. Ce courriel contient des informations sur les politiques de Pinterest qui ont été violées et sur la manière de faire appel de la décision.

Si un utilisateur fait appel d'une décision, les examinateurs réexamineront manuellement le contenu et prendront une décision finale. L'utilisateur sera informé par courriel du résultat du réexamen.



Les utilisateurs concernés peuvent également faire appel par l'intermédiaire du Centre d'aide Pinterest accessible par le lien suivant <https://help.pinterest.com/fr/contact>. Le même processus décrit ci-dessus est suivi pour les appels interjetés par l'intermédiaire du Centre d'aide.

D. Protection de l'intégrité électorale

Bien que la plupart des utilisateurs ne se rendent pas sur Pinterest pour consulter des contenus à caractère politique, la plateforme peut être un lieu d'information sur de nombreux sujets, y compris sur les élections ou la façon de voter. Comme mentionné précédemment, Pinterest applique depuis longue date des politiques contre la désinformation sur la participation à la vie civique, et interdit depuis 2018 les publicités politiques. De plus, son Guide pour la communauté s'applique indistinctement à l'ensemble de ses utilisateurs, y compris aux politiciens et autres personnalités publiques. En mars 2022, Pinterest avait annoncé, en amont des élections présidentielles en France (et dans plusieurs autres pays), qu'elle mettrait en place des mesures supplémentaires pour protéger l'intégrité électorale sur la plateforme.

Avant l'élection, lorsque des Utilisateurs dans ces pays recherchaient des mots clés comme « vote » ou « élections », ils voyaient s'afficher le message suivant : « Si vous recherchez des informations sur les élections de 2022, y compris comment et où voter, veuillez vous rendre sur un site Web officiel », les utilisateurs français se voyant alors redirigés vers le site du Ministère de l'Intérieur. En outre, Pinterest n'affiche aucune publicité lorsque les utilisateurs recherchent des mots clés communs liés aux élections comme les noms de candidats, « bureaux de vote » ou « vote ».

Enfin, afin de s'assurer que Pinterest reste un lieu d'inspiration et de positivité, Pinterest a, à l'approche des élections, limité les recommandations pour les contenus liés aux élections dans des endroits comme la page d'accueil, les Épingles similaires, les notifications ou la section « plus d'idées » au sein d'un tableau.

De plus amples informations sur ces mesures sont disponibles à l'article suivant du Centre d'aide : <https://newsroom.pinterest.com/fr/post/pinterest-agit-pour-lintegrite-des-elections-en-france-en-australie-aux-philippines-et-au>

E. La pandémie de COVID-19

Comme indiqué précédemment, depuis 2017, Pinterest a spécifiquement interdit la désinformation médicale, y compris des informations fausses ou trompeuses sur les vaccins. Par conséquent, il n'a pas été nécessaire d'adapter son processus de signalement aux risques de désinformation associés à la pandémie de COVID-19, tels que la désinformation sur le vaccin et les allégations mensongères ou trompeuses concernant les traitements, étant donné que Pinterest proposait déjà la « désinformation médicale » comme motif de signalement. Pinterest a toutefois continué de développer et d'améliorer ses outils de modération de contenu dans le contexte de la pandémie. Elle a également mis en place plusieurs mesures préventives afin de promouvoir des informations fiables sur la COVID-19 auprès de ses utilisateurs.

À partir de 2020, les utilisateurs qui recherchaient « vaccins contre la Covid-19 » ou des termes associés se sont vu présenter par Pinterest uniquement des informations provenant de l'Organisation mondiale de la santé, de Centres pour le contrôle et la prévention des maladies, et l'Académie américaine de pédiatrie.

Créer ▾

COVID-19

×

Toutes les Épingles ▾

Il est fréquent que les Épingles concernant ce sujet enfreignent les règles de notre **Guide pour la communauté**, interdisant la désinformation médicale préjudiciable. Pour cette raison, nous avons limité les résultats de recherche aux Épingles d'organisations de santé mondialement reconnues pour vous garantir des informations fiables et exactes sur la COVID-19. Vous pouvez également consulter la [page consacrée à la COVID-19 de l'Organisation Mondiale de la Santé](#) pour en savoir plus.

Pour obtenir des conseils médicaux, veuillez contacter un professionnel de santé.

Pinterest a également intégré à son onglet « Aujourd'hui », une nouvelle source d'inspiration qui présente chaque jour une sélection de thèmes choisis et des meilleures épingles du moment, des informations de ces autorités de santé publique. En outre, Pinterest a pris des mesures contre les menaces spécifiques, comme la recherche préventive et la désactivation du contenu associé au film complotiste « Plandemic », et la suspension des utilisateurs violant sa politique de désinformation médicale, comme le célèbre théoricien du complot anti-vaccins, Larry Cook.



En 2021, alors que les vaccins contre la COVID-19 sont devenus plus disponibles, Pinterest a poursuivi son engagement pour s'assurer que le contenu relatif au vaccin contre la COVID-19 sur Pinterest soit fiable et digne de confiance. Pinterest a intensifié ses efforts en collaboration avec des autorités tels que des établissements de santé, des médecins et des organisations communautaires afin de mettre en évidence le contenu d'experts concernant la COVID-19 et les vaccins, y compris en partenariat avec l'Association for Healthcare Social Media (AHSM), une organisation de professionnels de la santé aux États-Unis, afin de créer et de promouvoir le contenu de Pinterest pour sensibiliser les utilisateurs sur l'importance de la vaccination contre la COVID-19 et dissiper les mythes ; offrir des médias payants, des ressources créatives et un soutien aux organisations médicales au service des communautés sous-représentées afin d'amplifier et de rehausser des ressources fiables de tiers liées à la COVID sur Pinterest ; fournir des médias payants à l'AdCouncil à l'appui de sa campagne de sensibilisation au vaccin contre la COVID-19 ; et montrer du contenu faisant autorité sur la COVID-19 émanant de l'AHSM et de l'AdCouncil sur l'onglet « Aujourd'hui ». De plus amples détails sur ces initiatives sont disponibles à l'article suivant de Pinterest Newsroom :

<https://newsroom.pinterest.com/en/post/pinterest-announces-new-initiatives-to-fight-against-covid-19-vaccine-misinformation>

IV. Données sur la modération des contenus de désinformation de Pinterest en France en 2021

Cette section contient des données sur la désactivation par Pinterest de contenus qui a été jugé contraire à ses politiques de désinformation, sur la portée de ce contenu désactivé sur Pinterest et sur les délais de traitement de Pinterest pour traiter les signalements de désinformation des utilisateurs. Tous les chiffres concernent la France en 2021 et sont fournis trimestriellement pour trois catégories de désinformation : la désinformation sur la participation à la vie civique, les théories du complot et la désinformation médicale. Les statistiques relatives à l'activité mondiale de modération de contenu de Pinterest sont accessibles au public dans son Rapport de transparence :

<https://policy.pinterest.com/fr/transparency-report>



A. Désactivations

1. Contenu sauvegardé par des utilisateurs français

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

2. Contenu signalé par les utilisateurs français

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

B. Portée du contenu désactivé

Le tableau suivant montre combien d'Épingles désactivées à l'échelle mondiale pour violation de la politique de désinformation ont été vues par les utilisateurs français en 2021 sur une base trimestrielle. Pour calculer cet indicateur, nous examinons chaque Épingle désactivée au cours d'une période de signalement, puis nous comptons le nombre d'utilisateurs français uniques qui ont vu chacune de ces Épingles au cours de la période de signalement pendant au moins 1 seconde avant qu'elle ne soit désactivée. En raison des arrondis, les pourcentages de portée pour une catégorie de politique peuvent ne pas représenter 100 %.

[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]	[REDACTED] [REDACTED]	[REDACTED] [REDACTED]	[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]	[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]
[REDACTED] [REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
	[REDACTED] [REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]



C. Délais de traitement des signalements d'utilisateur

Cette section fournit des statistiques sur les délais de traitement en 2021 pour les signalements d'utilisateur de violations de la politique de désinformation, tant sur des Épingles enregistrées par des utilisateurs français que sur des Épingles signalées par des utilisateurs français.

[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED] [REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED] [REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]



	[REDACTED]				
[REDACTED]	[REDACTED]				
	[REDACTED]				
	[REDACTED]				
[REDACTED]	[REDACTED]				
	[REDACTED]				
	[REDACTED]				

[REDACTED]

[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]				
	[REDACTED]				
	[REDACTED]				
[REDACTED]	[REDACTED]				
	[REDACTED]				
	[REDACTED]				
[REDACTED]	[REDACTED]				
	[REDACTED]				



	██████████ ██████	█	█	█	█
--	----------------------	---	---	---	---

V. Mesures mises en œuvre par Pinterest pour promouvoir la transparence

Pinterest s'efforce de fournir aux utilisateurs, aux médias et aux autres intéressés des informations claires et accessibles sur les mesures qu'elle prend pour faire face au risque de désinformation. Comme mentionné ci-dessus, le Guide pour la communauté et les Règles publicitaires de Pinterest sont rédigées en des termes aisément compréhensibles et sont facilement accessibles sur le site internet de Pinterest.

Pinterest publie également depuis 2013 un rapport semestriel sur la transparence. Développé en 2020, le rapport sur la transparence de Pinterest fournit régulièrement des informations sur ses efforts pour modérer le contenu, le nombre d'infractions des politiques et de désactivations sur la plateforme, ainsi que sur le volume d'informations et les demandes de désactivation que Pinterest reçoit de la part des organismes publics et des autorités chargées de l'application des lois. Le rapport sur la transparence est divisé en fonction de différentes catégories de contenus interdits, y compris la désinformation sur la participation à la vie civique, les marchandises et activités dangereuses et les activités haineuses. Le dernier rapport sur la transparence de Pinterest est disponible ici :

<https://policy.pinterest.com/fr/transparency-report>

Conditions
générales

Confidentialité

Communauté

Commerçant

Publicité

Développeurs

Droits d'auteur

Droits des marques

Rapport de transparence

Chez Pinterest, notre mission consiste à donner à chacun l'inspiration nécessaire pour créer la vie qu'il aime, et c'est ce qui nous guide dans la rédaction et la mise en application de nos politiques de contenu.

Tout ce qui se trouve sur Internet n'est pas forcément source d'inspiration, c'est pourquoi nous avons des garde-fous pour déterminer ce qui est acceptable sur Pinterest et ce qui ne l'est pas. Nos pratiques de modération évoluent en permanence pour suivre les nouveaux comportements et tendances, ainsi que pour créer un espace plus positif sur Internet pour nos utilisateurs. Nous continuons à investir massivement dans des

Il est également possible de consulter les archives des anciens rapports de transparence de Pinterest est accessible ici :

<https://help.pinterest.com/fr/guide/transparency-report-archive>

En outre, Pinterest partage régulièrement des mises à jour concernant les modifications apportées à ses produits et politiques via les pages Pinterest Newsroom, Business Blog et Pinterest Engineering, qui sont disponibles sous les liens suivants :

<https://newsroom.pinterest.com/fr/news>

<https://business.pinterest.com/fr/blog/>

<https://medium.com/pinterest-engineering>

Le blog Pinterest Engineering dispose d'une section entièrement dédiée à la « Confiance et sécurité », lequel contient un article détaillé sur la manière dont Pinterest utilise les dernières avancées dans l'apprentissage automatique pour lutter contre la désinformation et ceux qui ont l'intention de la diffuser, ainsi que contre d'autres contenus préjudiciables :

<https://medium.com/pinterest-engineering/how-pinterest-fights-misinformation-hate-speech-and-self-harm-content-with-machine-learning-1806b73b40ef>

Enfin, Pinterest met à la disposition de ses utilisateurs un Centre d'aide sur lequel ces derniers peuvent trouver des informations sur divers sujets liés à la plateforme, y compris la manière dont les individus et les entreprises peuvent utiliser Pinterest en toute sécurité. Plus précisément, la section « Confidentialité, sécurité et aspects juridiques » du Centre d'aide contient des articles sur la façon de signaler des contenus préjudiciables sur Pinterest et sur la manière d'accéder aux rapports de transparence de Pinterest : <https://help.pinterest.com/fr/topics/privacy-safety-and-legal>

Centre d'aide Général Business 🔍 S'inscrire ou se connecter Accueil Pinterest

Confidentialité, sécurité et aspects juridiques

Mettez à jour les paramètres de confidentialité de votre compte et de vos données, signalez un problème de sécurité et consultez les normes juridiques.

- Confidentialité du compte
 - Modifier la confidentialité du compte
 - Bloquer ou débloquer un utilisateur
 - La confidentialité pour les parents d'adolescents ayant un compte sur Pinterest
- Confidentialité des données
 - Accéder, modifier ou supprimer des données personnelles
- Mettez à jour vos paramètres de protection contre l'indexation
- Vos paramètres de confidentialité et de partage des données
- Partage de données sur Pinterest

VI. Conclusion

Nous vous remercions à nouveau pour cette opportunité de contribuer au travail essentiel effectué par l'ARCOM pour évaluer l'efficacité des mesures prises par les plateformes en ligne pour lutter contre la désinformation. Pinterest salue la poursuite de l'implication sur cette question et, le cas échéant, se tient à votre disposition pour approfondir ou discuter des points soulevés dans la présente réponse ou toute autre question pouvant intéresser l'ARCOM.

* * *