

Questionnaire à Google au titre III de la loi du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information

PRÉSENTATION DES SERVICES

Merci d'indiquer :

- le nom des services,
- les nom, raison sociale et domiciliation de la société opératrice,

La présente déclaration a pour objet de fournir à l'Arcom des informations sur les mécanismes de lutte contre les fausses informations utilisés par Google sur **son moteur de recherche** et sur le **service de partage de vidéos YouTube**. Toutefois, nous précisons à toutes fins utiles que les actions mises en œuvre pour d'autres produits, comme les produits publicitaires de Google, peuvent également être mentionnées dans le cadre de cette déclaration.

Quelle est la finalité du moteur de recherche Google ?

Grâce au moteur de recherche Google, les utilisateurs du monde entier peuvent trouver des informations, se renseigner sur des sujets qui les intéressent et prendre tous types de décisions importantes. Nous savons qu'ils comptent sur nous, aussi notre engagement est immuable. À mesure que la technologie évolue, nous continuons d'aider chaque utilisateur à obtenir les informations qu'il recherche. Vous trouverez davantage d'informations sur cette mission à l'adresse <https://www.google.com/search/howsearchworks/mission/>.

Quelle est la finalité du service de partage de vidéos YouTube ?

YouTube est un service de partage de vidéos dont la mission est de donner une voix à chacun et de lui faire découvrir le monde. Les utilisateurs de YouTube peuvent profiter des vidéos et de la musique qu'ils aiment, mettre en ligne des contenus originaux et les partager avec leurs amis, leurs proches et le monde. Vous trouverez davantage d'informations sur cette mission à l'adresse <https://www.youtube.com/about/>.

Ces deux services sont disponibles en français sur Android et iOS, respectivement depuis les adresses [moteur de recherche Google](#) et [YouTube](#), ainsi que *via* les assistants virtuels.

Comment le moteur de recherche Google et le service de partage de vidéos YouTube sont-ils exploités en France ?

Dans l'Espace économique européen (EEE) et en Suisse, ces deux services sont exploités par la société Google Ireland Limited, une société de droit irlandais immatriculée en Irlande (Numéro d'immatriculation : 368047/Numéro de TVA : IE6388047V), dont le siège social se situe Gordon House, Barrow Street, Dublin 4, Irlande. Ils dépendent principalement de la vente d'espaces publicitaires et (pour YouTube) de certains services d'adhésion payants.

En 2022, les informations relatives au point de contact de Google Ireland Limited en France étaient identiques à celles de 2021.

Vous trouverez plus d'informations sur la présence de Google en France et sur la manière dont ses collaborateurs contribuent à la transformation numérique de la France et de ses entreprises à l'adresse <https://about.google/impact/>.

- **le nombre de visiteurs uniques par mois de chaque service en France (moyenne mensuelle en 2021 et en 2022) :**

Entre janvier et juin 2023, le nombre de destinataires actifs par mois de chaque service en France était de :

- **Moteur de recherche Google**
 - Décompte moyen par mois sur la base des connexions de comptes distincts de destinataires : 59.400.000 ;
 - Décompte moyen par mois sur la base des sessions distinctes de destinataires non connectés à un compte : 74.700.000.
- **YouTube**
 - Décompte moyen par mois sur la base des connexions de comptes distincts de destinataires : 72.000.000 ;
 - Décompte moyen par mois sur la base des sessions distinctes de destinataires non connectés à un compte : 166.100.000.

Ces données sont publiées dans le [Rapport de Google sur le nombre mensuel moyen de destinataires actifs](#) conformément aux Règlement sur les services numériques.

Les destinataires peuvent choisir d'accéder à un grand nombre de nos services en se connectant à un compte ou en restant déconnecté. Ainsi, nous fournissons deux décomptes distincts pour refléter ce choix : (a) un décompte basé sur les comptes distincts de destinataires ; et (b) un décompte basé sur les sessions distinctes de destinataires non connectés à un compte.

Nous respectons et protégeons la vie privée des personnes qui utilisent nos services. L'article 24, paragraphe 2, du Règlement sur les services numériques et ses dispositions connexes n'exigent pas des fournisseurs de plateformes en ligne ou de moteurs de recherche en ligne qu'ils effectuent un suivi spécifique des personnes (par exemple, entre les appareils ou les sessions) dans le but de produire des données sur les destinataires actifs mensuels, ce qui serait contraire à nos principes en matière de protection de la vie privée.

Nous ne procédons donc pas systématiquement à une déduplication complète au sein de ces décomptes ou entre eux. Par exemple, les destinataires peuvent posséder plusieurs comptes Google et accéder aux services à partir de chacun d'entre eux, ou ils peuvent accéder aux services à partir de différents appareils et navigateurs en étant déconnectés. Dans chaque cas, les contacts sont comptabilisés séparément. Le même destinataire peut être compté plusieurs fois et les décomptes surévaluent le nombre de destinataires uniques du service au sein de l'UE. L'addition des deux décomptes surévaluerait encore davantage ce nombre.

QUESTIONS SUR LA LUTTE CONTRE LA MANIPULATION DE L'INFORMATION SUR GOOGLE

- 1. Rappeler la ou les définition(s) des fausses informations (ou de toute notion voisine adoptée) et des phénomènes de manipulation de l'information retenue par Google pour appliquer sa politique de modération en la matière.**

Google a des règles d'utilisation différentes qui définissent davantage le contenu autorisé sur chacun de ses services. Vous pouvez consulter notre [Centre pour la transparence](#) pour comprendre les règles d'utilisation qui protègent les utilisateurs contre les abus, ainsi qu'obtenir des informations sur la manière dont nous élaborons et appliquons ces règles.

Gestion des risques systémiques en matière de désinformation

- 2. Quels sont les premiers enseignements que Google tire de sa mise en conformité avec le règlement européen du 19 octobre 2022 sur les services numériques en matière d'évaluation et d'atténuation des risques systémiques relatifs à la désinformation ?**

Notre évaluation des risques a montré que chacun de nos services est différent et que la prévalence des risques ainsi que les mesures d'atténuation appropriées dépendent de la nature du service et de ses objectifs pour rendre service aux utilisateurs.

- 3. Comment Google articule-t-il sa politique de modération et le respect de la liberté d'expression et de communication sur ses services ?**

Nous élaborons des règles d'utilisation relatives au contenu pour l'ensemble de nos services afin de protéger les utilisateurs des abus et améliorer l'utilisation et la fonction prévues de chaque service dans l'intérêt de nos utilisateurs. Nos règles d'utilisation relatives au contenu, qui sont accessibles à tous, précisent la finalité et l'utilisation prévue de chaque service auquel elles s'appliquent. Elles expliquent les types de contenu et de comportement qui ne sont pas autorisés, ainsi que le processus par lequel un contenu en particulier, ou l'utilisateur qui en est responsable, peut être retiré du service. Nos règles d'utilisation relatives au contenu sont en ligne et accessibles à tous depuis longtemps, et nous les mettons régulièrement à jour à mesure que nos services évoluent et que de nouvelles menaces apparaissent. Vous pouvez les trouver [ici](#) pour le [moteur de recherche Google](#) et [YouTube](#). Par ailleurs, des annonces peuvent être diffusées sur ces services, encadrées par des [Règles Google Ads](#) distinctes.

Nous adaptons soigneusement les règles relatives au contenu autorisé sur chaque service en fonction de la finalité principale du service et des leviers disponibles pour faire respecter ces règles. Vous trouverez ci-dessous une présentation de notre approche générale relative à l'élaboration et à l'application de ces règles d'utilisation sur le moteur de recherche Google et YouTube.

Le moteur de recherche Google

Le règlement relatif au contenu pour la recherche Google est conçu pour minimiser les restrictions à la liberté d'expression et promouvoir l'accès à l'information. Cette conception signifie qu'il y aura toujours des risques liés aux contenus potentiellement illicites ou "licites mais nuisibles" sur le moteur de recherche Google, dans la mesure où le contenu peut rester accessible s'il est disponible sur Internet. Lorsque nous affichons les résultats du moteur de recherche Google, nous prenons des mesures pour éviter de faire apparaître des contenus manifestement illicites, tels que des contenus d'abus sexuels sur des enfants, des informations personnelles sensibles ou des images identifiées comme

étant explicites et non consensuelles. Nous prenons des mesures de protection pour éviter d'afficher des résultats choquants ou nuisibles lorsqu'un utilisateur ne recherche pas délibérément ce type de contenu et proposons des outils tels que SafeSearch pour limiter ces résultats. Nous activons notamment SafeSearch par défaut pour les mineurs connus et appliquons le floutage par défaut des images explicites de SafeSearch pour tous les nouveaux utilisateurs. Ces mesures permettent de faire face aux risques liés aux contenus susceptibles d'être répréhensibles, insultants ou problématiques, en particulier pour ceux qui ne les recherchent pas.

YouTube

Nous nous efforçons de rendre YouTube aussi ouvert que possible et de permettre aux utilisateurs d'accéder, de créer et de partager facilement des informations. Cependant, comme pour tous les services internet ouverts, il existe des défis et des risques inhérents auxquels nous devons également faire face, notamment ceux liés aux utilisateurs qui mettent en ligne des contenus violents ou dangereux, des contenus sensibles et graphiques, ainsi que des fausses informations. Des acteurs malveillants cherchent activement à exploiter des services ouverts comme YouTube à des fins répréhensibles, alors même que nous continuons à investir dans des systèmes de protection sûrs destinés à les arrêter et les dissuader.

Au fil des années, nous avons travaillé sans relâche à l'élaboration de règles et de produits destinés à protéger la communauté YouTube, ainsi qu'en témoigne notre [Règlement de la communauté](#) (règlement couvrant largement le spam et les pratiques trompeuses, les contenus violents ou dangereux, les informations incorrectes, les contenus sensibles et les produits réglementés) ainsi que nos procédures de suppression de contenu pour des raisons légales (procédures visant à garantir que nous nous conformons aux demandes légitimes des utilisateurs et des gouvernements en matière de retrait de contenu). YouTube s'engage à assurer la sécurité du service pour ses utilisateurs, ses annonceurs et la société dans son ensemble, tout en préservant l'ouverture et la liberté de l'expression créative sur l'ensemble du service. Au-delà du retrait des contenus nuisibles, nous utilisons également notre système de recommandations et nos outils de monétisation pour promouvoir un écosystème plus sain.

Autres mesures de modération

Les règles d'utilisation relatives au contenu constituent une part importante de nos efforts pour garantir la fiabilité de nos services, mais elles ne sont pas la seule pièce du puzzle. Trois concepts fondamentaux guident notre approche globale visant à fournir un accès à des informations et des contenus dignes de confiance tout en assurant la protection des utilisateurs.

- **Protéger les utilisateurs du danger.** Nous assurons la sécurité des utilisateurs et de la société grâce à des protections intégrées utilisant les technologies les plus récentes qui nous permettent de prévenir, de détecter et de réagir face aux contenus illicites et nuisibles.
- **Fournir des informations fiables.** Nous favorisons la confiance en fournissant des informations fiables et des outils performants qui donnent un contexte supplémentaire et laissent aux utilisateurs la possibilité d'évaluer les contenus.
- **Créer des partenariats pour construire un internet plus sûr.** Nous déployons les meilleures pratiques de l'industrie pour contribuer à assurer la sécurité des utilisateurs en ligne grâce au partenariat proactif avec des experts et des

organisations pour à la fois informer et partager nos ressources et nos technologies.

Bien que nous poursuivions ces principes dans toutes nos initiatives, nous reconnaissons également que travailler à la confiance et à la sécurité des utilisateurs nécessite une adaptation constante aux changements sociaux, à des menaces évolutives et aux nouvelles techniques employées par les acteurs malveillants. Nous ne pourrions jamais totalement éliminer la menace que représentent les mauvais contenus, mais ces principes guident nos efforts pour renforcer la confiance des utilisateurs et la sécurité de l'ensemble de nos services.

4. Quels sont les premiers enseignements que Google tire de la mise en œuvre des engagements de Code européen renforcé de bonnes pratiques sur la désinformation (CED) ?

Lutter contre la désinformation n'est pas quelque chose que nous pouvons faire seuls. La collaboration est la clé du succès dans le combat pour une information de qualité. Depuis de nombreuses années, nous investissons dans des produits et des partenariats dans ce but. Par ailleurs, nous avons adopté depuis longtemps l'approche multipartite, comme le code de bonne pratique contre la désinformation de 2018, puis, plus tard, du code de bonne pratique renforcé contre la désinformation, que Google a signé en juin 2022.

Du moteur de recherche Google à YouTube en passant par Google Ads, la désinformation se manifeste de manières différentes sur les différentes plateformes. Une partie du travail que nous effectuons pour lutter contre la désinformation commence par les règles que nous mettons en place sur les services Google afin d'interdire certains types de contenus et de comportements nuisibles. Lorsque nous trouvons du contenu qui enfreint ces règles, nous prenons des mesures, telles que la suppression du contenu afin qu'il soit moins susceptible de nuire. Cette approche nous permet d'adapter la modération des contenus en fonction des produits. Il peut s'agir d'un comportement trompeur en ligne, comme l'utilisation de *deep fakes*, d'activités frauduleuses et de spamming, d'usurpation d'identité et de fausse déclaration de propriétaire, ainsi que de fausses informations médicales. Nous prenons des mesures contre ce type de contenu à grande échelle.

Nous considérons le code et les rapports y afférents comme des indicateurs utiles de notre travail significatif pour respecter nos engagements et de l'ampleur de notre travail dans les États membres de l'UE pour lutter contre la monétisation de fausses informations, assurer la transparence des annonces à caractère politique, détecter et contrer des séries de menaces à l'intégrité de nos services, responsabiliser les utilisateurs et travailler avec les communautés de vérification des faits et de recherche.

La lutte contre la désinformation en ligne est un défi permanent dans lequel Google continue d'investir et nous continuerons à lutter contre ce problème pernicieux en adoptant une approche flexible adaptée aux différents produits, en prenant des mesures à grande échelle, et en faisant la promotion d'informations dignes de confiance et en dotant les individus des compétences nécessaires pour détecter la désinformation.

Moyens et mesures en situation spécifique

5. Quelles mesures Google met-il en œuvre pour lutter contre la manipulation de l'information en lien avec :

- la guerre en Ukraine,

- o Dans le [second rapport soumis dans le cadre du code de bonnes pratiques européen](#), nous avons souligné le travail du *Threat Analysis Group* (ou TAG) de Google. Plus de détails sont donnés dans les bulletins trimestriels des [premier](#) et [deuxième](#) trimestres 2023, qui fournissent des comptes rendus sur les campagnes d'influence coordonnées interrompues sur les plateformes de Google.
- o En février 2023, un an après l'invasion de l'Ukraine par la Russie, le TAG de Google, avec les recherches supplémentaires des sociétés Mandiant et Trust & Safety, a fourni un aperçu de l'évolution des menaces cyber à la suite de la guerre. Le rapport [Fog of War: How the Ukraine Conflict Transformed the Cyber Threat Landscape](#) comprend de nouvelles conclusions et des analyses rétrospectives sur les cybercriminels soutenus par des gouvernements, les opérations d'information (OI) et les acteurs de l'écosystème cybercriminel. Il comprend également des analyses approfondies des acteurs de ces menaces, axées sur des campagnes spécifiques menées en 2022.

- le changement climatique,

Le [Rapport environnemental 2023](#) de Google décrit la façon dont nous obtenons des résultats environnementaux positifs dans l'ensemble de nos activités de trois manières principales : en développant des produits et des technologies qui aident les individus dans leur quête d'une vie plus durable, en collaborant avec des partenaires et des organisations partout dans le monde pour assurer la transition vers des systèmes résilients et à faible émission de carbone, et en gérant nos activités de manière plus durable. Il présente des données, des exemples concrets sur les performances et les progrès réalisés par rapport à nos objectifs pour l'exercice 2022 (du 1er janvier au 31 décembre 2022).

Vous trouverez ci-dessous un aperçu des principales avancées réalisées en 2022 :

- **L'IA au service du développement durable** : Nous appliquons l'IA à des problèmes qui peuvent aider les individus à vivre de manière plus durable et à s'adapter au changement climatique. Par exemple, en 2022, [nous avons lancé Flood Hub](#), qui permet aux gouvernements locaux et aux organisations humanitaires d'identifier quand une inondation fluviale se produira jusqu'à sept jours à l'avance. L'IA est un puissant outil d'optimisation et nous l'utilisons pour optimiser nos propres opérations. Nous nous efforçons de réduire la consommation d'énergie et les émissions liées à l'informatique de l'IA dans nos centres de données.
- **Des informations utiles** : L'année dernière, nos produits principaux ont aidé plus d'un milliard d'utilisateurs à faire des choix plus durables. Par exemple, fin 2022, les [itinéraires économes en carburant dans Maps](#) fournissaient aux utilisateurs des informations qui, selon les estimations, ont permis d'éviter plus de 1,2 million de

tonnes métriques d'émissions de carbone depuis le lancement, ce qui équivaut à retirer de la circulation environ 250.000 voitures fonctionnant au carburant pendant un an¹.

- **L'énergie propre** : Afin d'atteindre notre objectif de neutralité carbone, nous avons atteint environ 64 % d'énergie sans carbone 24 heures sur 24 dans tous nos centres de données et nos bureaux. L'année dernière, nous avons élargi notre reporting d'énergie sans carbone pour inclure les bureaux et les centres de données tiers, en plus des centres de données appartenant à Google et exploités par Google. Cette année, nous avons signé plus d'accords sur les énergies propres que jamais auparavant, avec 20 accords sur les énergies renouvelables en 2022 et des dépenses futures estimées à plus de 4 milliards de dollars².
 - **Des campus durables** : Nous avons [ouvert notre nouveau campus de Bay View](#), qui est entièrement électrique et excédentaire en eau (*net-water positive*). Le campus restaure également plus de 17 acres de nature de grande valeur et intègre les principes phares du design circulaire.
 - **Réapprovisionnement en eau** : Fin de 2022, nos projets de bassins versants sous contrat ont réalimenté 271 millions de gallons d'eau - soit l'équivalent de plus de 400 piscines olympiques - pour soutenir notre objectif de [réalimentation de 120 %](#) de l'eau douce que nous avons utilisée.
- autres situations spécifiques (à préciser) ?

N/A

Actualités du service en matière de lutte contre la manipulation de l'information

Questions spécifiques à Google Search

6. La déclaration annuelle sur les moyens mis en œuvre par Google au titre de la loi du 22 décembre 2018, adressée à l'Arcom le 1^{er} juillet 2022, indiquait ceci : « *il est prévu que le formulaire de signalement de contenus pour des raisons juridiques de Google Actualités mentionne explicitement la catégorie "fausses informations" parmi les motifs qu'un utilisateur peut choisir pour signaler un contenu. Pour des raisons techniques, cette mise à jour sera réalisée au cours de l'été 2022.* » (p.16). Au 20 juillet 2023, ce motif est toujours absent du formulaire de signalement de contenus. Quelles sont les raisons de cette absence ?

La catégorie "fausses nouvelles" était absente du formulaire de signalement de contenu en raison d'un problème technique. Depuis, ce problème a été corrigé et cette catégorie est maintenant disponible dans le formulaire.

¹ <https://blog.google/outreach-initiatives/sustainability/environmental-impact-report-2023/#footnote-1>

² <https://blog.google/outreach-initiatives/sustainability/environmental-impact-report-2023/#footnote-2>

Signaler un contenu sur Google

Les règles de Google concernant le contenu et les produits s'appliquent dans le monde entier, mais nous avons également mis en place des processus visant à supprimer ou restreindre l'accès au contenu conformément aux lois locales. Cette page vous guide dans la procédure de signalement d'un contenu qui, selon vous, doit être supprimé des services Google conformément aux lois applicables ou aux règles de Google.

Vous pouvez également accéder à <http://support.google.com> pour consulter des problèmes d'ordre non juridique concernant les conditions d'utilisation de Google ou les règles concernant le contenu et les produits.

Les réglementations varient considérablement d'un pays ou d'une zone géographique à l'autre. Un contenu qui ne respecte pas la loi d'un pays ou d'une zone géographique peut tout à fait être considéré comme légal dans un autre. En règle générale, nous supprimons ou limitons l'accès au contenu concerné uniquement dans le pays ou la zone géographique où il est considéré comme illégal. En revanche, lorsque le contenu enfreint les règles de Google concernant le contenu ou les produits, ou les conditions d'utilisation, en général, nous le supprimons ou limitons son accès à l'échelle mondiale.

Vous pouvez signaler le même contenu à la fois par voie juridique et à l'aide de formulaires de signalement prévus à cet effet, mais vous devez le faire séparément. Notez que signaler du contenu à l'aide de formulaires ne suffit pas à le signaler par voie juridique. Cela ne constitue donc pas une mention légale.

Sélectionnez le produit Google où apparaît le contenu que vous signalez
Remarque : Vous devez envoyer un rapport distinct pour chaque produit Google concerné. [Voir plus de produits](#)

Sélectionnez une option dans la liste suivante [Google News](#)

Sélectionnez le motif pour lequel vous souhaitez signaler du contenu [Motifs juridiques pour signaler du contenu](#)
[En lien avec les lois propres à un pays ou à une région, comme le droit de la propriété intellectuelle](#)

Sélectionnez le motif pour lequel vous souhaitez signaler du contenu [Autres problèmes d'ordre juridique](#)

Sélectionnez le motif pour lequel vous souhaitez signaler du contenu

- Ordonnance du tribunal** : signaler du contenu qu'une décision de justice a jugé illégal
- Autre problème d'ordre juridique** : signaler du contenu pour un motif juridique non listé (diffamation, **fausses nouvelles**, contenu incitant à la haine, etc.).

7. Moyens mis en œuvre pour œuvrer à la fiabilité des résultats de recherche :

- **Les résultats d'une requête sur Google Search font apparaître des encarts « Autres questions ». Quelles sont les sources dont sont extraites les informations proposées en réponse à ces questions ? Comment leur qualité est-elle évaluée ?**
 - La section "Autres questions posées" est un "[extrait optimisé](#)" qui est utilisé sur le moteur de recherche Google. Dans les résultats de recherche Google, l'extrait décrivant une page apparaît parfois avant le lien renvoyant vers cette page, et non après comme dans notre format standard. Les résultats affichés de cette manière sont appelés "extraits optimisés". Nous affichons des extraits optimisés lorsque nos systèmes déterminent que ce format permettra à nos utilisateurs de trouver plus facilement ce qu'ils recherchent, à la fois grâce à la description de la page et lorsqu'ils cliquent sur le lien pour lire son contenu. Ils sont particulièrement utiles lors des recherches vocales ou sur mobile. Si plusieurs extraits optimisés peuvent parfois s'afficher, un seul extrait optimisé est proposé en général.

- Les extraits optimisés proviennent des résultats de recherche sur le Web. Les systèmes automatisés de Google déterminent si une page constitue un bon extrait optimisé à mettre en évidence, en réponse à une requête de recherche spécifique. Pour nous assurer que tous les utilisateurs bénéficient d'une expérience optimale avec les extraits optimisés, nous avons mis en place des systèmes qui empêchent l'affichage de ceux qui ne respectent pas les [Règles pour les fonctionnalités de recherche](#). Veuillez noter toutefois que Google peut intervenir manuellement pour supprimer ces fonctionnalités dans certains cas, par exemple lorsque le contenu contient des allégations médicales contraires au consensus scientifique.
 - Dans les résultats de la recherche Google s'affichent parfois des informations tirées du [Knowledge Graph](#), notre base de données contenant des milliards de faits sur des personnes, des lieux et des choses. Le Knowledge Graph permet de répondre à des questions factuelles comme "Quelle est la hauteur de la tour Eiffel ?" ou "Où se sont déroulés les jeux Olympiques d'été de 2016 ?". L'objectif de cet outil est de rechercher et mettre en avant des faits connus, s'ils sont jugés utiles.
 - Les faits que contient le Knowledge Graph sont tirés de diverses sources compilant des informations factuelles. Outre des sources publiques, nous avons conclu des licences pour fournir des informations telles que les résultats sportifs, les cours de bourse et les prévisions météo. Nous recevons également, de diverses manières, des informations factuelles directement de propriétaires de contenus, y compris de ceux qui suggèrent des modifications des fiches info qu'ils ont revendiquées.
- **Quelles sont les sources dont sont extraites les informations (texte, image...) reprises dans les capsules d'information apparaissant parmi les résultats de recherche ?**
- Les [fiches info](#) sont générées automatiquement sur le moteur de recherche Google. Elles sont conçues pour aider les utilisateurs à rapidement mieux comprendre un sujet en particulier en fournissant quelques éléments clés et pour explorer un sujet plus en profondeur. Nos systèmes visent à afficher les informations les plus pertinentes et les plus populaires pour un sujet dans une fiche info.
 - Les informations sur une "entité" - une personne, un lieu ou une chose - dans nos fiches info proviennent de notre Knowledge Graph. Le [Knowledge Graph](#) reflète notre compréhension des faits concernant les personnes, les lieux et les choses dans le monde. Il cartographie automatiquement les attributs et les relations de ces entités du monde réel à partir d'informations recueillies sur le Web, de bases de données structurées, de données sous licence et d'autres sources. Dans certains cas, nous pouvons travailler avec des partenaires de données qui fournissent des données faisant autorité sur des sujets particulièrement sensibles comme la santé, et combiner ces données avec des informations provenant d'autres sources web ouvertes.
 - Les fiches info sont mises à jour automatiquement à mesure que les informations changent sur le Web, mais Google prend également en compte les modifications de deux manières principales : directement auprès des entités représentées dans la fiche info, et à partir des commentaires généraux des utilisateurs.
 - Vous trouverez plus d'informations sur les fiches infos du moteur de recherche Google [ici](#).

- **Google indiquera s'il a mis en place des coopérations avec Twitter pour contrôler les tweets mis en avant dans les résultats de recherche sur Google Search et comment leur qualité et fiabilité sont évaluées.**
 - Google accède à l'API de conformité de Twitter (désormais X) qui lui permet de comprendre et de désindexer rapidement les contenus que Twitter a déjà jugés contraires à ses règles, et de rétrograder tous les tweets signalés par une étiquette, un avis ou d'un interstitiel (comportement attendu actuellement), les empêchant ainsi de s'afficher.
 - Les tweets qui apparaissent sur les interfaces Google sont également soumis au [Règlement relatif au contenu pour la recherche](#).
 - De manière similaire à la façon dont les [résultats de recherche sont classés](#), nos systèmes examinent le contenu de Twitter et tentent de déterminer quels sont les résultats les plus pertinents selon plusieurs facteurs tels que le niveau d'expertise, d'autorité et de fiabilité des sources.

Questions spécifiques à YouTube

8. **Le 17 mars 2023, YouTube a annoncé avoir réévalué sa politique en matière de lutte contre la désinformation en période électorale en indiquant ne plus retirer les contenus qui diffusent de fausses allégations selon lesquelles des fraudes, erreurs ou dysfonctionnements généralisés se sont produits lors de l'élection présidentielle de 2020 et d'autres élections présidentielles américaines antérieures (« *we will stop removing content that advances false claims that widespread fraud, errors, or glitches occurred in the 2020 and other past US Presidential elections* »)³.**
Cette évolution des politiques de YouTube concerne-t-elle les scrutins (i) passés et (ii) à venir, en France et en Europe ?
 - Depuis juin 2023, YouTube a [actualisé son approche](#) en matière de désinformation liée aux résultats d'élections passées aux États-Unis. Cet aspect spécifique de la politique de YouTube en matière de désinformation électorale ne représente qu'une partie d'une approche plus large et holistique visant à promouvoir les élections sur YouTube. Cette actualisation de la politique ne concerne que les résultats d'élections passées aux États-Unis.
9. **Quelle est la politique de YouTube en matière de lutte contre la manipulation de l'information (et notamment de modération) sur :**
 - les contenus éphémères (« *stories* ») :
 - les contenus *live* :

Notamment, le dispositif de signalement de ces contenus diffère-t-il de celui des autres contenus ?

- L'approche de YouTube en matière de lutte contre la désinformation consiste à supprimer le plus rapidement possible les contenus qui enfreignent les principes de YouTube et à donner la priorité aux informations de qualité dans les classements et les recommandations. YouTube applique ces principes à l'échelle

³ <https://blog.youtube/inside-youtube/us-election-misinformation-update-2023/>

mondiale, y compris en France, et à tous les contenus, y compris les contenus *Live*. La fonctionnalité YouTube Stories a été supprimée le 26 juin 2023.

- YouTube s'appuie sur des examinateurs manuels et sur des systèmes de *machine learning* (apprentissage automatique) pour détecter les contenus problématiques à grande échelle. YouTube utilise une technologie de détection intelligente pour détecter les contenus susceptibles d'enfreindre les règles de YouTube et les faire examiner manuellement. L'apprentissage automatique est adapté à la détection de schémas, notamment en matière de désinformation nuisible, ce qui aide YouTube à trouver des contenus similaires à des contenus déjà retirés par YouTube. Dans certains cas, cet apprentissage automatique peut agir de façon automatique. Pour mesurer la progression de YouTube en matière de suppression de vidéos non conformes, nous avons créé un indicateur intitulé "Taux de vues incorrectes" (TVI), et chacun peut voir nos progrès dans notre [rapport sur l'application du Règlement de la communauté](#). Des détails et des données supplémentaires sur la suppression de vidéos par YouTube en France sont disponibles dans notre dernière soumission dans le cadre du code de bonnes pratiques de l'UE.
- Les utilisateurs peuvent [signaler des contenus](#) qu'ils jugent inappropriés. Lorsqu'un contenu est signalé, il est examiné au regard de ce règlement : les contenus qui ne respectent pas le Règlement de la communauté sont retirés de YouTube et les contenus susceptibles de ne pas convenir à un public jeune sont soumis à une restriction d'âge. Les utilisateurs peuvent également préciser qu'ils estiment que le contenu contient de fausses informations.

Il arrive que nous fassions des erreurs dans l'application de nos règlement, ce qui peut entraîner le retrait injustifié de contenus de nos services. Pour pallier ce risque, dans la mesure du possible, nous indiquons clairement aux créateurs que nous avons pris des mesures concernant leur contenu et nous leur donnons la possibilité de contester cette décision et de nous fournir des éclaircissements. En outre, il arrive qu'une vidéo ou une chaîne qu'un utilisateur signale reste sur YouTube après que nous ayons décidé qu'elle n'enfreint pas nos règles. Si l'utilisateur réside dans l'UE, dans les territoires associés à l'UE ou dans l'EEE, qu'il s'oppose à notre décision et qu'il pense que la vidéo ou la chaîne enfreint nos règles, il peut faire appel. Pour en savoir plus, cliquez [ici](#).

- Des détails supplémentaires sur la modération de contenu seront disponibles dans le rapport de transparence du Règlement des services numériques de l'UE qui sera publié plus tard dans l'année.

QUESTIONNAIRE COMPLÉMENTAIRE – SUIVI ANNUEL

10. Google est invité à commenter les préconisations formulées par l'Arcom dans son précédent bilan sur la lutte contre la manipulation de l'information (rappel en annexe) et à préciser si des mesures ont été prises à cet égard.

Google accueille favorablement toute recommandation sur la manière de lutter contre les fausses informations et la désinformation. Google recherche constamment des moyens pour améliorer ses processus de lutte contre la propagation de la désinformation en ligne.

Les recommandations de l'Arcom de 2022 portent sur des sujets sur lesquels Google a travaillé au cours de la dernière année dans les États membres de l'Union Européenne, tels que l'amélioration de la transparence des efforts de modération visant à lutter contre la désinformation ainsi que des décisions de modération individuelles.

L'engagement de Google dans la lutte contre la propagation de fausses informations dans l'UE a en effet été favorisé par l'adoption et la mise en œuvre du Règlement sur les services numériques, ainsi que par le code de bonne pratique contre la désinformation de l'UE.

C'est dans ce contexte que Google travaille à l'amélioration des mécanismes de signalement et de recours des utilisateurs, à l'amélioration de la traduction et de la modération des contenus dans toutes les langues et, plus généralement, à la mise en œuvre d'efforts soutenus pour lutter contre les fausses informations et la désinformation dans l'ensemble de l'Union Européenne.

11. Google pourra également faire état de toute autre actualité et toute évolution notable en matière de lutte contre la manipulation de l'information sur ses services depuis sa précédente déclaration annuelle.

Nous avons récemment publié notre rapport pour la période du 1er janvier 2023 au 30 juin 2023 dans le cadre du code de bonne pratique contre la désinformation. Il est disponible [ici](#).

ZOOM SUR LES NOUVELLES FONCTIONNALITÉS POUR LUTTER CONTRE LA DÉSINFORMATION SUR LE MOTEUR DE RECHERCHE GOOGLE

Le moteur de recherche Google est conçu pour fournir des informations fiables, utiles et de qualité provenant du monde entier. C'est la raison pour laquelle nous avons continué, en 2023, à développer des outils et des fonctionnalités faciles à utiliser sur le moteur de recherche Google pour aider les utilisateurs à repérer les informations erronées en ligne, à évaluer rapidement le contenu et à mieux comprendre leur contexte.

a) L'outil "About this image" (à propos de cette image)

Dans la mesure où il est tout aussi important d'évaluer le contenu visuel que le contenu écrit, nous avons lancé un [nouvel outil](#) intitulé "About this image" (à propos de cette image) sur le moteur de recherche Google, qui permet aux utilisateurs de voir des éléments de contexte importants tels que la date de création de l'image et d'autres images similaires :

- la date à laquelle l'image et les images similaires ont été indexées pour la première fois par Google,
- l'endroit où l'image est apparue pour la première fois,
- d'autres endroits où l'image a été vue en ligne (par exemple, sur des sites d'actualités, sur les réseaux sociaux ou sur des sites de vérification d'informations).

Grâce à ces informations contextuelles, les utilisateurs peuvent mieux analyser les images et comprendre si elles sont fiables ou si elles nécessitent d'être vérifiées.

Cet outil est disponible en cliquant sur les trois points d'une image dans les résultats de Google Images, en effectuant une recherche avec une image ou une capture d'écran

dans Google Lens, ou en balayant vers le haut dans l'application Google lorsque les utilisateurs sont sur une page et qu'ils voient une image et souhaitent en savoir davantage.

b) Nouveaux moyens de vérification des informations

En mars 2023, [nous avons annoncé](#) la mise en place de nouveaux moyens permettant aux utilisateurs de vérifier les informations sur le moteur de recherche Google :

- **En apprendre plus avec "À propos de ce résultat"**

Pour aider les utilisateurs à évaluer les informations, la fonctionnalité "[À propos de ce résultat](#)", accessible via les trois points situés en haut à droite de la plupart des résultats de recherche, leur permet d'en savoir plus sur l'origine des informations et sur la manière dont nos systèmes ont déterminé qu'elles seraient utiles pour leur requête. Grâce à ce contexte, les utilisateurs peuvent prendre une décision plus éclairée sur les sites qu'ils souhaitent visiter et sur les résultats qui leur seront les plus utiles.

- **Plus de Perspectives à la Une**

La fonctionnalité "Perspectives" dans Google Actualités permettra aux utilisateurs de découvrir divers points de vue intéressants sur un sujet d'actualité, en complément des informations fiables qu'ils trouvent déjà sur le moteur de recherche Google, afin d'approfondir leurs connaissances. Cette fonctionnalité apparaîtra dans la section "À la une" de Google Actualités et présentera les points de vue d'un éventail de journalistes, d'experts et d'autres opinions pertinentes sur le sujet recherché par les utilisateurs.

- **Plus d'informations sur les sources avec la fonctionnalité "À propos de cet auteur"**

Grâce à la nouvelle fonctionnalité "À propos de cet auteur", les utilisateurs pourront obtenir davantage d'informations sur le parcours et l'expérience des personnes que nous faisons apparaître sur le moteur de recherche Google.

- **Obtenir le contexte avec un accès plus facile à "À propos de cette page"**

Lorsque les utilisateurs cliquent sur les trois points situés à côté d'un résultat, ils peuvent obtenir plus d'informations sur la source et le sujet d'une page particulière. Aujourd'hui, ces informations sont encore plus faciles d'accès - en haut de la page de recherche lorsque les utilisateurs effectuent une requête - afin de leur permettre d'évaluer s'ils souhaitent visiter un site Web et en savoir plus.

- **Repérer les lacunes en matière d'information**

Parfois, il n'y a tout simplement pas beaucoup d'informations intéressantes à afficher pour une recherche ou les résultats changent rapidement – ce qui peut être un élément de contexte important pour les utilisateurs. Pour combler ce manque d'informations, Google Search affichera automatiquement des avertissements relatifs au contenu lorsqu'un sujet évolue rapidement. Cela ne signifie pas qu'il n'y a pas d'informations utiles disponibles ou

qu'un résultat particulier est de mauvaise qualité. Ces avertissements fournissent un contexte sur l'ensemble des résultats de la page, et vous pouvez toujours voir les résultats correspondant à votre requête, même si l'avertissement est affiché.