

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

### PRESENTATION DU SERVICE

Conformément à l'article 11 de la loi numéro 2018-1202 du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information, Meta Platforms Ireland Limited (ci-après, « MPIL » ou « Meta ») a rédigé les présentes réponses afin de fournir à l'*Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique* (« ARCOM »), une description des efforts déployés pour lutter contre les fausses informations.

La présente Déclaration fournit des réponses détaillées au questionnaire de l'ARCOM.

- Nom des services : Comme indiqué dans le rapport de l'année dernière, nos réponses couvrent les mesures mises en œuvre sur les services Facebook et Instagram, sauf lorsqu'il est explicitement indiqué que la réponse concerne un seul service.
- Nom, raison sociale et domiciliation de la société opératrice : L'entité déclarante est MPIL (entreprise constituée en vertu des lois de la République d'Irlande et dont le siège social se situe à Dublin, avec un bureau enregistré à l'adresse suivante: Merrion Road Dublin 4, [D04 X2K5]). MPIL fournit à la fois le service Facebook et le service Instagram aux utilisateurs européens, y compris les utilisateurs français.
- Nombre de visiteurs uniques par mois de chaque service en France (moyenne mensuelle en 2021 et en 2022) : Ces chiffres ont été partagés à titre confidentiel à l'ARCOM.

### QUESTIONS SUR LA LUTTE CONTRE LA MANIPULATION DE L'INFORMATION SUR LES SERVICES DE PLATEFORME EN LIGNE DE META

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 Meta pour appliquer sa politique de modération en la matière.

Notre approche des fausses informations est guidée par le principe selon lequel nous avons le devoir de fournir aux utilisateurs un contenu exact et informatif, tout en respectant la liberté d'expression.

Les fausses informations sont un phénomène social complexe, impliquant différents comportements en ligne et hors ligne et dépassant le cadre d'une seule technologie. Il existe une grande différence entre les fausses informations partagées involontairement et les fausses informations partagées volontairement, avec l'intention de nuire et de tromper, que l'on appelle la désinformation. Définir les fausses informations est un véritable défi, mais la difficulté est encore plus grande lorsqu'il s'agit de déterminer qui décide de ce qui est faux, c'est-à-dire d'élire une source de vérité. En effet, les opinions divergent souvent à ce sujet.

Nous définissons les « fausses informations » et la « désinformation » comme suit :

- Les fausses informations font référence au contenu faux ou trompeur.
- La désinformation fait référence à des efforts coordonnés visant à manipuler le débat public dans un but stratégique, avec l'intention de tromper, et en recourant à des comportements non authentiques.

Meta travaille activement à la lutte contre la propagation des fausses informations. Nous nous engageons à permettre aux individus de s'exprimer et à assurer leur sécurité. Depuis 2016, nous appliquons une stratégie appelée « [supprimer, réduire, informer](#) » afin de gérer le contenu des différentes plateformes de Meta.

Cela signifie que nous supprimons les contenus nuisibles qui enfreignent nos [politiques](#), réduisons la diffusion des contenus problématiques n'enfreignant pas nos politiques et informons le public en fournissant du contexte afin de lui permettre de décider s'il souhaite cliquer, lire ou partager un contenu donné.

Des politiques décrivant ce qui est autorisé et ne l'est pas sur nos technologies nous permettent d'appliquer cette stratégie. Nos équipes collaborent au [développement](#) de nos politiques ainsi qu'à leur [application](#). Voici comment cela fonctionne.

(1) Nous travaillons avec des experts de la sécurité publique, des technologies et des droits humains du monde entier afin de [créer et de mettre à jour nos politiques](#).

(2) Nous créons de nouvelles fonctionnalités de sécurité pour que les utilisateurs puissent [signaler du contenu et bloquer, masquer ou arrêter de suivre des comptes par exemple](#).

(3) Nous [faisons appliquer nos politiques](#) grâce à des analyses technologiques et humaines.

Comme nous l'avions détaillé dans la section des questions générales du questionnaire de 2022, nous supprimons les fausses informations lorsqu'il est probable qu'elles contribuent directement à un risque de dommages physiques. Nous supprimons également le contenu susceptible de contribuer directement à des interférences avec le fonctionnement d'un processus électoral ainsi que le contenu de certains médias manipulés hautement trompeurs. Par exemple, de nombreuses fausses informations n'ont pas un objectif politique, mais financier. Nous luttons donc activement contre les faux comptes, qui sont souvent ceux qui diffusent les fausses informations. Nous désactivons actuellement des millions de faux comptes par jour au moment de leur création. Nous retirons également les entraves au vote et les fausses informations pouvant entraîner des violences ou des dommages imminents hors ligne, comme des affirmations dangereuses concernant le COVID-19 et les vaccins en général. Nous rejetons aussi les publicités évaluées comme fausses informations par nos médias de vérification. Conformément à notre [politique relative aux médias manipulés](#), nous supprimons également les vidéos générées par l'IA susceptibles d'induire le public en erreur en lui faisant croire qu'une certaine personne a déclaré quelque chose qu'elle n'a en réalité jamais dite. Afin de définir ce qui constitue une fausse information dans ces catégories, nous collaborons avec des experts indépendants disposant des connaissances et de l'expertise nécessaires pour évaluer le contenu et la probabilité qu'il contribue directement à un risque de dommage imminent. Cela inclut notamment la collaboration avec des organisations de défense des droits humains présentes sur le terrain dans un pays et permettant de vérifier la véracité d'une rumeur de conflit civil, ainsi que la collaboration avec des organisations sanitaires pendant la pandémie de COVID-19.

Pour toutes les autres fausses informations, nous nous concentrons sur la réduction de leur prévalence ou sur la création d'un environnement favorisant un dialogue constructif. Nous avons conscience du fait que certaines personnes utilisent les fausses informations de manière inoffensive, par exemple pour exagérer leur propos (« Cette équipe a le pire palmarès de toute l'histoire du sport ! ») ou à des fins humoristiques (« Mon mari a gagné le prix du Mari de l'Année. »). Certaines personnes partagent parfois aussi leurs expériences en racontant des histoires contenant des inexactitudes. Dans certains cas, il arrive que des personnes partagent des opinions personnelles profondément ancrées que

d'autres peuvent considérer comme fausses ou partagent des informations pensant qu'elles sont vraies, mais que d'autres peuvent trouver incomplètes ou trompeuses.

Ayant bien conscience de la fréquence de ce type de discours, nous tentons principalement de ralentir la propagation d'infox et de fausses informations virales et de rediriger les utilisateurs vers des informations fiables. Dans le cadre de cet effort, nous faisons appel à des organisations tierces de vérification des informations afin d'évaluer et de noter la précision du contenu sur nos plateformes (vous trouverez [à ce lien](#) plus d'informations sur le fonctionnement de notre programme de vérification des informations). Nous fournissons également des [ressources](#) visant à améliorer l'alphabétisation numérique et l'éducation aux médias afin que les utilisateurs puissent décider par eux-mêmes quoi lire, à quoi se fier et quoi partager.

Meta met en place des lignes directrices pour ce qui concerne les options d'évaluation, mais les médias de vérification évaluent et notent le contenu de manière indépendante. Ils peuvent par exemple évaluer un contenu selon les critères suivants :

(1) **Faux** : Contenu qui n'a aucun fondement. Ceci inclut :

- Les fausses citations.
- Les allégations impossibles ou qui ne peuvent être considérées comme une interprétation de quelque chose qui s'est réellement produit ou qui a été dit.
- Les théories conspirationnistes qui expliquent des événements comme étant l'œuvre secrète d'individus ou de groupes, pouvant citer des informations vraies ou invérifiables, mais présentant une conclusion invraisemblable.
- Les contenus fabriqués par des sites web qui se présentent comme de véritables agences de presse.
- Les images et les contenus vidéo ou audio authentiques, mais cités comme preuve d'un événement sans rapport avec eux.

(2) **Autres options** : Les médias de vérification ont la possibilité d'évaluer le contenu comme retouché afin de tromper, partiellement faux, manquant de contexte ou encore satirique lorsqu'un contenu est basé sur l'ironie, l'exagération ou l'absurde à des fins de critique ou de sensibilisation, en particulier dans un contexte politique, religieux ou s'il y a un enjeu social, mais qu'un utilisateur raisonnable pourrait ne pas comprendre immédiatement que le contenu est satirique.

Lorsqu'un contenu est déclaré comme faux par les médias de vérification, nous réduisons fortement sa diffusion. Nous réduisons également la diffusion d'autres contenus

sensationnels ou similaires à des spams, comme les pièges à clics, pouvant aussi contenir de fausses informations. Lorsque des pages ou des groupes partagent ce type de contenu de manière répétée, nous réduisons la diffusion de toutes leurs publications dans le fil et ne les recommandons plus aux utilisateurs. Les pages peuvent aussi perdre leur capacité de monétiser leur contenu et de faire de la publicité. La réduction de la diffusion peut varier notamment en fonction de la gravité du contenu, du nombre d'infractions précédentes des règles par la personne ayant publié ou commenté et du degré de fiabilité de nos systèmes de prédiction basés sur l'intelligence artificielle.

Dans certains cas, en plus de réduire la diffusion du contenu, nous pouvons supprimer certaines fonctionnalités pour les pages (la possibilité de faire de la publicité par exemple) à la suite de publications de contenu problématiques. En ce qui concerne le partage d'informations, nous tendons à réduire la diffusion de contenus tels que ceux que les médias indépendants de vérification évaluent comme faux, les articles d'actualités ne citant pas clairement leur auteur, les publications d'éditeurs de presse largement considérés comme non fiables, ou encore les publications de personnes partageant trop souvent dans des groupes.

Dans le but de protéger notre communauté, les pages Facebook, les groupes, les comptes et les domaines qui partagent de fausses informations à répétition seront pénalisés. Par exemple, nous les supprimerons des recommandations et afficherons tout leur contenu publié plus bas dans le fil des utilisateurs, afin que moins de personnes ne le voient.

Tout comme nos [Standards de la communauté](#) et nos [Règles de la communauté](#) indiquent les types de contenu que nous n'autorisons pas sur Facebook et Instagram, nos [Règles de distribution de contenu](#) décrivent les types de contenu que nous estimons problématiques ou de faible qualité, et dont nous réduisons par conséquent la diffusion dans le fil.

Lorsqu'une publication est évaluée comme fautive par les médias de vérification, nous affichons une mention d'avertissement reprenant l'évaluation des médias de vérification à destination des personnes qui voient cette publication, essayent de la partager ou l'ont déjà partagée. Le [bouton contextuel](#) fournit des informations relatives aux sources des articles du fil, et nous informons les utilisateurs lorsqu'un article de presse qu'ils s'approprient à partager [remonte à plus de 90 jours](#).

Pour informer notre communauté plus avant, nous affichons également une notification lorsqu'un utilisateur interagit avec une page Facebook, un groupe Facebook ou un compte Instagram qui a partagé à plusieurs reprises du contenu évalué comme faux par les médias de vérification. Les utilisateurs peuvent aussi cliquer sur la notification pour en savoir plus, notamment le fait que les médias de vérification ont déclaré que certaines des publications partagées par cette page, ce groupe ou ce compte comprenaient de fausses informations et peuvent également cliquer sur un lien qui les redirige vers de plus amples informations sur notre programme de vérification des informations. Nous envoyons également une notification aux personnes qui ont précédemment partagé ou tenté de partager un contenu ayant fait l'objet d'une vérification des informations, afin qu'elles puissent décider en toute connaissance de cause si elles souhaitent toujours partager ce contenu ou pas.

Enfin, nous interdisons certains contenus et comportements qui sont souvent liés à la diffusion de fausses informations. Par exemple, nos Standards de la communauté interdisent les [faux comptes](#), la [fraude](#) et les [comportements non authentiques coordonnés](#).

Étant donné que les environnements en ligne et hors ligne changent et évoluent, nous continuerons de faire évoluer nos politiques. Pour en savoir plus sur les fausses informations et sur notre approche de la lutte contre les fausses informations dans nos Standards de la communauté, veuillez vous reporter à la page dédiée dans l'Espace modération, accessible via ce lien :

<https://transparency.fb.com/en-gb/policies/community-standards/misinformation/>.

Comme mentionné précédemment, nous travaillons également activement afin de détecter les campagnes de désinformation et d'y mettre fin et nous continuons à mettre au point des solutions adaptées pour aider à détecter et à prévenir la propagation de faux comptes et de comportements non authentiques. Nous avons également collaboré avec la société civile, des chercheurs et des gouvernements pour renforcer nos moyens de défense.

Afin de lutter contre la désinformation en particulier, nous travaillons aux domaines suivants :

(1) Prévenir les interférences. Notre objectif est d'empêcher les acteurs d'opérations d'influence (OI) d'agir sur nos plateformes.

- Nous travaillons de concert avec des autorités gouvernementales, la police, des experts en sécurité, la société civile et d'autres entreprises de technologie pour lutter contre les menaces d'OI en mettant en place une ligne de contact directe permettant de communiquer, de partager des informations et d'identifier les possibilités de coopération.
- Nous continuons d'adapter nos opérations d'enquête grâce à du personnel et à des outils afin de démanteler les réseaux d'OI (reposant sur des faux comptes, fausses pages et faux groupes) et d'identifier plus rapidement les menaces émergentes. Nous avons supprimé des dizaines de milliers de pages, de groupes et de comptes impliqués dans un comportement non authentique coordonné. Entre 2017 et 2022, nous avons démantelé plus de 200 réseaux mondiaux qui se livraient à ce type d'activité.
- Nous continuons également à mettre à jour notre politique en matière de comportement non authentique, afin d'améliorer notre capacité à lutter contre les nouvelles tactiques et à agir plus rapidement contre l'ensemble des pratiques trompeuses que nous observons sur nos applications, qu'elles soient étrangères ou nationales, étatiques ou non étatiques.

(2) Poursuivre la coopération avec le secteur en matière de transparence. Sur la base de notre [rapport sur le comportement non authentique coordonné \(CNAC\)](#), nous publions désormais un rapport externe global sur notre manière de lutter contre la désinformation sur les plateformes. Le dernier rapport de Meta sur les menaces, relatif au [deuxième trimestre de 2023](#) a été publié en septembre 2023. Notre rapport trimestriel sur les menaces fournit une vision globale des risques constatés dans le monde et des différentes infractions aux politiques. Dans de nombreux cas, les auteurs des menaces visent plusieurs applications, y compris Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, LinkedIn, Telegram, VK et OK, en plus de gérer leurs propres sites web et de compromettre des sites légitimes. Nous avons partagé nos conclusions les plus récentes avec nos pairs d'entreprises de technologie, avec des chercheurs en sécurité, avec des gouvernements et avec la police.

## Gestion des risques systémiques en matière de désinformation

2. Quels sont les premiers enseignements que Meta 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 ?

Nous avons mené une évaluation des risques pour Facebook et Instagram conformément à l'article 34 du Règlement européen sur les services numériques (RSN). Le rapport exposant les résultats de l'évaluation des risques sera ensuite soumis à la Commission européenne, conformément à l'article 42(4) du RSN. Il exposera de manière claire et complète notre approche des risques systémiques, comme décrit dans l'article 34(1) du RSN.

3. Comment Meta articule-t-il sa politique de modération et le respect de la liberté d'expression et de communication sur son service ?

Nous nous engageons à trouver le bon équilibre et à protéger les droits fondamentaux de nos utilisateurs. Facebook et Instagram sont des plateformes donnant la parole à des personnes du monde entier. Nous modérons le contenu partagé par des milliards de personnes de manière à préserver la liberté d'expression, tout en respectant nos politiques en matière de fausses informations, nos Standards de la communauté (Facebook) et nos Règles de la communauté (Instagram).

Nos Règles de la communauté et nos Standards de la communauté sont publics et nous partageons leurs mises à jour dans le "changelog", un historique des changements, pour plus de transparence. Par exemple, vous trouverez [à ce lien](#) le *changelog* de la politique en matière de violence et d'incitation.

Nous nous efforçons de mettre au point des politiques qui prennent en compte différentes convictions et différents points de vue, en particulier ceux des personnes issues de communautés ayant autrement tendance à être ignorées ou marginalisées. Une réunion appelée [Forum politique](#) est organisée régulièrement pour que nous y discutons des éventuelles modifications à apporter à nos Standards de la communauté, à nos Règles de la communauté, à nos Règles publicitaires ou aux règlements relatifs à nos produits. Nos politiques évoluent en conséquence, en fonction des retours avancés lors de ces réunions, des évolutions des normes sociales et des langues, ou des mises à jour de nos produits. Vous trouverez [ici](#) de plus amples informations sur notre manière de mettre à jour les Standards de la communauté Facebook et les Règles de la communauté Instagram.

Il ne suffit pas d'établir des règles claires et précises, il est également essentiel d'en faire un bilan régulier. Meta fut la première entreprise à publier proactivement un rapport de transparence, le [Rapport d'application des Standards de la communauté](#), relatifs à l'application de ses règles. Ce rapport fait état du nombre de contenus supprimés, des réclamations reçues et du taux de prévalence dans différentes catégories.



En plus de publier ces rapports, nous avons constitué un [Conseil de surveillance](#) indépendant, rassemblant des experts du monde entier, dont la mission est de conseiller et de guider les décisions les plus complexes en matière de modération. Trouver le bon équilibre est un processus continu, exigeant des mises à jour régulières de nos politiques, de nos processus et des outils mis à disposition de nos utilisateurs. Pour en savoir plus, veuillez vous reporter à notre réponse à la première question de la section « Respect de la liberté d'expression » de notre Déclaration annuelle de 2020, présentée à l'ARCOM en 2021.

Les fausses informations sont différentes des autres types de discours abordés dans nos Standards de la communauté, car il est impossible de dresser une liste exhaustive de tout ce qui est interdit. Par exemple, avec la violence graphique ou les discours haineux, nos politiques précisent le discours que nous interdisons, et même les personnes qui ne sont pas d'accord avec ces politiques peuvent les respecter. En revanche, nous ne pouvons pas adopter la même posture avec les fausses informations. Le monde change constamment, et ce qui est vrai maintenant peut ne plus l'être la minute suivante. Les personnes ont également des niveaux différents d'information sur le monde qui les entoure, et peuvent croire que quelque chose est vrai alors que ce n'est pas le cas. Une politique qui interdirait simplement les « fausses informations » ne fournirait pas un avertissement utile aux personnes qui utilisent nos services et serait inapplicable, car nous n'avons pas un accès sans faille aux informations.

Au lieu de cela, nos politiques définissent différentes catégories de fausses informations et tentent de fournir des directives claires sur la façon dont nous traitons ce discours lorsque nous le constatons. Pour chaque catégorie, notre approche est le fruit de notre tentative d'équilibrer nos valeurs d'expression, de sécurité, de dignité, d'authenticité et de confidentialité.

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

Meta s'est activement engagée dans le Code européen renforcé de bonnes pratiques en matière de désinformation signé en 2022. Nous nous sommes profondément impliqués dans les discussions et avons été un membre actif du groupe de travail veillant désormais à ce que le Code reste un outil adapté pour l'Union européenne, lui permettant de lutter de manière appropriée contre les fausses informations et la désinformation.

Nous soutenons l'approche holistique et multipartite décrite dans le CED de 2022. Au fil des années, nous avons affiné nos politiques, avons collaboré avec des universitaires, la société civile et des médias de vérification tiers pour trouver le bon équilibre entre protection des utilisateurs et liberté d'expression. Nous avons pu constater par nous-mêmes la valeur ajoutée du travail multipartite et nous soutenons la détermination de la Commission européenne à faire en sorte que le Code de bonnes pratiques de l'UE réunisse tous les acteurs afin de trouver des solutions adaptées à l'ensemble de la société.

Par le biais de notre rapport de référence publié en janvier 2023, nous avons cherché à fournir des informations et expliquer comment Meta aborde les fausses informations et la désinformation à travers un exercice de transparence approfondi, le premier en son genre. Nous avons présenté un aperçu des différents politiques, techniques de mise en œuvre, outils, produits, ressources et partenariats que nous avons développés pour traiter ces questions sur notre plateforme en relation avec nos engagements en vertu du Code, y compris certains qui sont antérieurs à la signature du Code renforcé, pour assurer que chaque rapport à venir peut être comparé à cette base de référence.

En septembre 2023, nous avons soumis [notre deuxième rapport en application du Code de bonnes pratiques de l'UE](#) en matière de désinformation, dans lequel nous avons fourni nos dernières mises à jour, de janvier à juin 2023, sur la façon dont Meta aborde les fausses informations et la désinformation, y compris nos efforts pour l'éducation aux médias, ainsi qu'un aperçu de notre nouvel accès aux données publiques ([la Meta Content Library et son API](#)). Nous y avons également décrit le développement de nos politiques relatives aux médias contrôlés par l'État par le biais d'un [article dans Lawfare](#). Par ailleurs, nous avons travaillé à l'amélioration de la précision de nos rapports par le biais de deux indicateurs (dans les chapitres sur le placement de publicités, sur la responsabilisation des utilisateurs et sur la vérification des informations) qui étaient auparavant présentés uniquement au niveau de l'UE mais qui sont maintenant ventilés par pays.

Le Code de bonnes pratiques de l'UE en matière de désinformation est un forum très utile pour établir un dialogue constructif avec les différentes parties prenantes concernées par ces questions dans l'ensemble de l'Union européenne et pour renforcer notre détermination à élaborer les politiques, les actions de sensibilisation et les outils les plus appropriés et les plus équilibrés pour lutter de manière globale contre les fausses informations et la désinformation. Dialoguer de façon régulière nous permet aussi de

progresser de manière constructive concernant les nouveaux défis qui apparaissent rapidement dans ce domaine, comme l'IA générative, domaine pour lequel un nouveau groupe de travail auquel Meta participera a été annoncé. À cet égard, Meta a également adhéré aux pratiques responsables pour les médias synthétiques du Partenariat sur l'IA et s'est engagé à collaborer avec d'autres secteurs pour aider à maintenir l'intégrité de l'environnement des informations en ligne pour nos utilisateurs. Nous nous réjouissons de participer au groupe de travail sur les fausses informations générées par l'IA prévu par le Code de bonnes pratiques de l'UE, et de travailler avec nos partenaires en Europe et dans le monde entier sur ce sujet important.

### Moyens et mesures en situation spécifique

5. Quelles mesures Meta met-il en œuvre pour lutter contre la manipulation de l'information en lien avec :
  - la guerre en Ukraine,
  - le changement climatique,
  - autres situations spécifiques (à préciser) ?

### Changement climatique

Nous collaborons avec notre réseau de pointe, composé de plus de 90 organisations indépendantes de vérification des informations à l'échelle mondiale et de 26 organisations de vérification des informations couvrant 22 langues différentes dans l'Union européenne, afin d'examiner et d'évaluer le contenu relatif au climat dans plus de 60 langues. Nos partenaires de vérification des informations [examinent et notent](#) notamment des affirmations sur le climat, y compris de fausses informations qui, selon des experts indépendants, remettent en cause l'existence ou les effets du changement climatique, déforment les données scientifiques et présentent de manière erronée les efforts d'atténuation et d'adaptation.

Comme mentionné précédemment, lorsque les médias de vérification estiment qu'un contenu est faux, nous ajoutons une mention d'avertissement et nous réduisons la visibilité de ce contenu afin que moins de personnes le voient. Nous n'approuvons pas les publicités et ne recommandons pas les contenus que nos partenaires de vérification des informations ont évalués comme étant faux et nous agissons pour lutter contre les pages,

les groupes, les comptes et les domaines qui partagent de fausses affirmations sur le climat de manière répétée. Voici des exemples de vérifications récentes d'informations réalisées par nos partenaires en France sur ce sujet, que sont [20 minutes](#), [l'AFP](#) et les [Observateurs de France 24](#).

Dans le cadre de nos efforts visant à éviter les comportements non authentiques coordonnés sur nos applications, nous avons supprimé un réseau agissant depuis le Brésil et l'avons signalé dans notre [Rapport sur les menaces d'avril 2022](#). C'est la première opération que nous avons détectée qui concernait principalement les questions environnementales.

Nous avons pris d'autres mesures pour améliorer les capacités des médias de vérification dans leur recherche et dans leur évaluation de contenus liés au climat. Notre programme de [bourse contre les fausses informations climatiques](#) nous a permis d'investir dans des projets de partenariats entre les médias de vérification, les experts du climat et d'autres organisations pour soutenir la lutte contre les fausses informations climatiques. En France, l'organisation [Science Feedback](#), dont le projet consistait à aider les médias de vérification à prendre contact avec des scientifiques afin d'évaluer rapidement et efficacement des affirmations relatives au changement climatique, a pu bénéficier de cette subvention. De plus, nous utilisons un système de détection des mots-clés pour rassembler le contenu lié au climat, afin de faciliter la tâche des médias de vérification lors de leur recherche d'éventuelles fausses informations.

Les experts nous ont également expliqué que certaines fausses informations sur le climat peuvent être trompeuses ou prêter à confusion, mais qu'elles ne contiennent pas de fausses affirmations susceptibles d'être démenties par les médias de vérification. Par exemple, le contenu peut recourir à des informations ou à des opinions véridiques pour exprimer l'incertitude quant aux effets du changement climatique, la méfiance à l'égard de l'expertise scientifique ou le scepticisme à l'égard des solutions au changement climatique. Nous ne pensons pas qu'il soit de notre ressort, en tant qu'entreprise, de pénaliser ce type de propos ou d'arbitrer un débat légitime. C'est pourquoi nous adoptons une approche qui consiste à éduquer et à informer les utilisateurs à l'aide d'informations fiables.

Notre [Centre de climatologie](#) est une ressource unique qui fournit aux utilisateurs de Facebook des informations scientifiques, accessibles et des ressources utilisables provenant des principales organisations de lutte contre le changement climatique dans le

monde. Le Centre comprend des informations détaillées qui vont au-delà des notions de base sur les sujets liés au climat, des conseils pour repérer les informations trompeuses et des moyens d'action pour les individus.

## **Guerre en Ukraine**

L'année dernière, nous avons consacré beaucoup de temps et de ressources aux problèmes en ligne engendrés par l'invasion de l'Ukraine par la Russie. Nous avons pris toute une série de mesures visant à assurer la sécurité des personnes en Ukraine et en Russie.

Nous avons ajouté plusieurs fonctionnalités de confidentialité et de sécurité pour aider les Ukrainiens et les Russes à protéger leurs comptes contre les attaques, notamment la possibilité de verrouiller son profil Facebook et d'interdire la consultation de la liste d'ami(e)s et les recherches dans cette liste.

Nous prenons des mesures supplémentaires pour faire respecter nos Standards de la communauté et nos Règles de la communauté, non seulement en Ukraine et en Russie, mais aussi dans les autres pays du monde dans lesquels le contenu peut être partagé.

Nous avons mis en place un centre d'opérations spéciales composé d'experts de toute l'entreprise, dont des personnes de langue maternelle russe et ukrainienne, afin d'analyser les activités sur nos plateformes et d'y réagir en temps réel. En outre, nous recevons les avis d'un réseau de partenaires locaux et internationaux sur les risques émergents et nous agissons rapidement pour y faire face. Nous sommes conscients que le contexte local et l'expertise linguistique sont essentiels à cette mission, c'est pourquoi nous restons en contact étroit avec des experts, des institutions partenaires et des organisations non gouvernementales.

Un de nos programmes de vérification des informations est en place en Ukraine depuis 2020. Au cours des premiers mois du conflit, nous avons ajouté une couverture supplémentaire en langue russe via nos programmes de vérification des informations en Estonie, en Lettonie, en Lituanie, en Pologne et aux États-Unis, ainsi qu'une couverture en langue ukrainienne en Pologne. Parallèlement à cette extension de la couverture linguistique en russe et en ukrainien, nous avons permis à nos partenaires de vérification des informations en Ukraine, en Estonie, en Lettonie, en Lituanie, en Pologne, en Géorgie et aux États-Unis de vérifier des contenus en Biélorussie, en Russie et en Ukraine. Cela a

permis de doubler la capacité totale de vérification des informations dans de nombreux pays d'Europe centrale et orientale.

Nous utilisons un système de détection de mots-clés pour regrouper le contenu lié à la guerre en un seul endroit, ce qui permet aux médias de vérification de toute la région de le trouver et de l'examiner facilement. En complément des mentions des partenaires de vérification des informations, nous avertissons les utilisateurs de la région lorsqu'ils tentent de partager des images liées à la guerre qui, selon nos systèmes, sont anciennes et sans rapport avec la situation actuelle, afin de mieux informer les personnes sur les images obsolètes ou trompeuses qui pourraient être sorties de leur contexte.

Un élément essentiel de notre approche des fausses informations consiste à garantir une plus grande transparence dans les médias contrôlés par l'État afin d'aider les personnes à être informées et à comprendre le contenu qu'elles voient sur Facebook et Instagram et qui en est à l'origine. C'est pourquoi, depuis 2020, nous apposons des mentions sur les médias contrôlés par l'État sur Facebook à l'échelle mondiale, afin que les utilisateurs sachent d'où proviennent ces informations.

Nous avons continué à surveiller et à supprimer les tentatives récurrentes des réseaux engagés dans des comportements non authentiques coordonnés qui ciblent les propos relatifs à la guerre en Ukraine. Cette activité dissimulée est agressive et persistante, elle cherche constamment des points faibles sur Internet, y compris en créant des centaines de nouveaux domaines d'organismes de presse fictifs.

En outre, en février 2022, nous avons reçu une demande du service fédéral russe de supervision des communications, des technologies de l'information et des médias (Roskomnadzor) demandant la suppression des mentions d'information et des restrictions appliquées au contenu relatif à la situation en Ukraine publié sur Facebook par quatre organisations médiatiques russes qui avaient été évaluées par nos médias de vérification indépendants. Ces mentions et restrictions ont été signalées par Roskomnadzor pour violation des « principes fondamentaux de la libre diffusion de l'information et de l'accès libre à celle-ci ». La demande a été rejetée. Vous trouverez plus d'informations à ce sujet dans [notre rapport dédié](#).

Nous rétrogradons au niveau mondial le contenu des pages Facebook et des comptes Instagram des médias contrôlés par l'État russe, nous interdisons les publicités des

médias contrôlés par l'État russe, nous démonétisons leurs comptes, nous [suspendons toute monétisation de leurs partenaires](#) et nous les rendons plus difficiles à trouver sur nos plateformes. Nous avons également rétrogradé les messages contenant des liens vers des sites de médias contrôlés par l'État russe sur Facebook. Nous apposons une mention sur ces liens et fournissons davantage d'informations aux utilisateurs avant qu'ils ne les partagent ou ne cliquent dessus, afin de les informer que ces liens mènent à des sites web de médias contrôlés par l'État russe. Des mesures similaires sont en place sur Instagram. En apportant cette transparence supplémentaire, nous souhaitons fournir plus de contexte aux personnes qui souhaitent partager des liens directs vers des sites de médias contrôlés par l'État russe ou lorsque d'autres personnes voient un message contenant un lien vers l'un de ces sites.

Nous avons restreint l'accès à RT et Sputnik au Royaume-Uni, en UE et en Ukraine. À la suite des tentatives du réseau diplomatique russe de diffuser de fausses informations sur de graves violences, notamment le massacre de Boutcha, nous avons mis en place une nouvelle politique visant à supprimer les messages publiés par des comptes contrôlés par l'État qui réfutent à tort la violence dans le contexte de l'invasion d'un autre État.

Nos équipes de sécurité ont démantelé trois réseaux distincts en Russie ciblant les propos relatifs à la guerre et ont continué à surveiller les acteurs russes engagés dans un comportement non authentique coordonné (CNAC) et à appliquer les mesures prises à leur encontre.

Vous trouverez plus d'informations sur ces réseaux et les actions menées aux liens suivants:

- <https://about.fb.com/news/2022/02/security-updates-ukraine/>
- <https://about.fb.com/news/2022/08/metad-adversarial-threat-report-q2-2022/>
- <https://about.fb.com/news/2022/09/removing-coordinated-inauthentic-behavior-from-china-and-russia/>

Nous avons également pris des mesures visant à sécuriser les comptes qui, selon nous, ont été ciblés par Ghostwriter, une entité que la communauté de la sécurité surveille depuis un certain temps. En août 2023, nous avons fourni une mise à jour de l'analyse du travail que nous avons réalisé pour éliminer les tentatives d'un réseau russe de CNAC, connu sous le nom de « Doppelganger », de revenir sur nos plateformes. Nous avons également publié des recommandations sur la manière d'améliorer les réactions sur tout Internet en cas d'usurpation de nom de domaine, ce que nous avons observé dans ce cas.

Nous avons aidé la fondation HALO Trust et le service d'urgence de l'État ukrainien à diffuser des informations fiables sur les risques dans les zones sinistrées, sur les risques liés aux munitions n'ayant pas explosé et des informations vitales concernant les abris. Nous avons notamment sponsorisé les campagnes publicitaires ciblées de HALO Trust et amélioré le système de messagerie instantanée de WhatsApp géré par le service d'urgence de l'État ukrainien afin de garantir la sécurité de la ligne d'information.

Nous constatons régulièrement la création de collectes de fonds sur Facebook et Instagram au profit d'organisations à but non lucratif qui soutiennent les efforts humanitaires en Ukraine.

Nous continuons à œuvrer par le biais de notre programme Data for Good et maintenons à jour nos outils pour fournir à la population ukrainienne des informations pertinentes et de qualité pour lui permettre de rester en sécurité, de retrouver famille et amis, et de localiser les services d'aide.

Nous avons fourni aux organisations humanitaires des cartes de référence sur la densité de la population de l'Ukraine et de ses pays voisins, en vue de la planification de la chaîne d'approvisionnement et de l'aide aux efforts de déminage. Ces cartes sont les plus précises au monde, affichant une résolution de 30 mètres et des répartitions démographiques combinant des estimations de recensement actualisées et des images satellite, sans données d'utilisateurs de Facebook.

Notre indice de connectivité sociale a été utilisé par des chercheurs renommés, notamment l'unité du Centre commun de recherche de la Commission européenne sur la démographie, la migration et la gouvernance pour mesurer le rythme auquel les réfugiés ukrainiens cherchaient à s'abriter dans les régions européennes où il existe une diaspora ukrainienne.

Nous avons fourni des rapports réguliers sur les déplacements en Ukraine à un petit nombre d'organisations et agences humanitaires majeures.

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

6. Meta a annoncé la suppression de 11 000 emplois en novembre 2022 puis, en mars 2023, un plan de licenciement d'environ 10 000 emplois. Quelles sont les conséquences sur les équipes en charge de la lutte contre la manipulation de l'information en France et en Europe ?



Nous comprenons parfaitement que l'annonce de Meta de réduire ses effectifs au niveau mondial ait pu susciter des questions sur son organisation et sur la manière dont les équipes concernées fonctionnent dorénavant. Ces changements structurels ne modifient cependant pas l'engagement total de Meta dans la lutte contre les fausses informations.

À la suite de la réorganisation, environ 40 000 personnes continueront à travailler dans les équipes dédiées à la sûreté et à la sécurité des plateformes Facebook et Instagram.

Ces dernières années, les efforts combinés des équipes de modération et des technologies de Meta nous ont permis de faire des progrès significatifs dans la détection et la suppression des contenus problématiques. Les résultats de ces efforts ont été rendus publics et continueront de l'être, tous les trois mois, par le biais du [Rapport d'application des Standards de la communauté](#).

Parallèlement, nous continuons à travailler en partenariat avec notre réseau mondial de médias de vérification indépendants qui examinent et évaluent les fausses informations pouvant circuler sur nos applications.

Par ailleurs, nous continuons à investir dans des initiatives et des partenariats en matière d'alphabétisation numérique et d'éducation aux médias, car nous pensons qu'ils sont essentiels pour contribuer à la construction d'une société mieux informée et pour rendre les personnes plus conscientes de la présence de fausses informations en ligne et plus résilientes face à celles-ci. Nos programmes d'éducation aux médias ont atteint plus de 750 millions de personnes dans 70 pays du monde. Dans cette optique, nous avons mené en mars dernier un programme d'information en partenariat avec le média Brut et l'agence environnementale ADEME pour produire [une série de vidéos](#) relatives à la crise énergétique afin de communiquer au public des informations scientifiques sur la manière d'améliorer l'efficacité de l'habitat et de réduire collectivement notre consommation d'énergie.

7. Quelles sont les moyens mis en œuvre pour lutter contre la manipulation de l'information sur les canaux de diffusion (« channels ») lancés sur Instagram ?

En plus des différentes mesures décrites dans les réponses aux questions précédentes, nous avons mis en place plusieurs mesures spécifiques aux Canaux Instagram.

Ainsi, le contenu qui [a été marqué comme fausse information](#) par un média de vérification tiers sur Instagram conservera ce même étiquetage lorsqu'il sera repartagé dans un Canal.

En outre, les utilisateurs qui partagent de manière répétée des contenus faux ou trompeurs sur Instagram peuvent être empêchés de créer de nouveaux canaux.

Enfin, nous tenons à souligner que les Canaux sont soumis aux Règles de la communauté d'Instagram et que les contenus en infraction seront donc supprimés de ceux-ci.

8. Depuis la fin du contrat avec Media Services le 1er janvier 2023<sup>1</sup>, sur quels critères sont mis en avant de manière automatique les contenus sur Facebook News ?

Pour apparaître dans Facebook News, les publications doivent respecter les exigences suivantes :

- La page d'Actualités doit être inscrite dans l'Index des pages d'Actualités Facebook, une ressource identifiant les contenus d'actualités et le principal critère pour l'outil Facebook News.
- Les publications doivent respecter les [Standards de la Communauté](#) de Facebook, c'est-à-dire notamment éviter les discours haineux, les fausses informations récentes et récidivistes (telles qu'identifiées par les médias de vérification tiers), les pièges à clics et les pièges à engagement.

Les actualités et les informations sont ensuite classées au moyen d'un algorithme unique à chacun, selon des critères tels que :

- la pertinence du contenu en fonction des intérêts ;
- les préférences personnelles en matière d'éditeurs et de thèmes ;
- l'opportunité du moment ;
- l'attribution de la source et la transparence de l'auteur ;
- l'originalité ;
- le caractère informatif ;
- l'exactitude, telle que déterminée par les médias de vérification tiers et les politiques Facebook en matière de fausses informations ;
- l'absence de sensationnalisme ;

---

<sup>1</sup> <https://www.france24.com/fr/info-en-continu/20221103-facebook-news-meta-va-cesser-sa-collaboration-avec-media-services-filiale-de-l-afp>

- la fiabilité, sur Facebook et sur le web en général ;
- le contenu conforme aux Standards de la communauté Facebook.

Le contenu des Actualités Facebook peut notamment être sélectionné pour apparaître dans les Actualités Facebook en fonction (i) des préférences, des partages et des commentaires des utilisateurs sur Facebook (ii) des interactions des utilisateurs avec les groupes et les pages et (iii) de l'activité des utilisateurs sur leur fil.

Les utilisateurs ont également la possibilité de gérer leurs propres [paramètres d'Actualités Facebook](#) pour se tenir au courant des titres et des sujets d'actualité qui les intéressent.

Il convient de noter que l'outil Facebook News sera supprimé en France au début du mois de décembre 2023. Les modifications concernant ces fonctionnalités n'auront pas d'incidence sur les autres produits et services de Meta. Les utilisateurs pourront toujours afficher les liens d'articles d'actualités sur Facebook. Les éditeurs d'actualités européens pourront toujours accéder à leurs comptes et à leurs pages Facebook, où ils pourront toujours publier des liens vers leurs articles et rediriger les utilisateurs vers leurs sites web, tout comme les autres personnes et les autres organisations. Cette suppression n'aura pas non plus de conséquences sur notre engagement en matière de proposition d'informations fiables sur nos plateformes. Nous poursuivons notre collaboration avec des médias de vérification tiers certifiés par le réseau neutre de vérification des informations International Fact-Checking Network.

Pour en savoir plus, consultez :

<https://about.fb.com/news/2023/09/an-update-on-facebook-news-in-europe/>.

9. Meta a-t-il des informations complémentaires à apporter concernant la campagne numérique de manipulation appelée « RRN » détectée par le service de vigilance et de protection contre les ingérences numériques étrangères (VIGINUM)<sup>2</sup> ? Des moyens complémentaires ont-ils été mis en place à la suite de la détection de ces opérations ?

Nous avons tout d'abord découvert, supprimé et divulgué la page « RRN » et le réseau qui y est lié en septembre 2022, puis nous nous sommes activement engagés auprès des gouvernements et des groupes de la société civile pour sensibiliser à cette menace. En

---

<sup>2</sup> <https://www.sgdsn.gouv.fr/publications/maj-19062023-rrn-une-campagne-numerique-de-manipulation-de-linformation-complexe-et>

septembre 2022, nous sommes devenus la première plateforme à exposer publiquement l'existence du réseau « RRN » dans notre [Rapport dédié](#), marquant un tournant important dans nos efforts en matière de cybersécurité. La marque « RRN » faisait partie d'une opération d'influence déguisée de plus grande ampleur, connue sous le nom de « Doppelganger » dans la communauté de la sécurité. En plus de maintenir sa marque « RRN » originale, le réseau crée des sites web qui usurpent l'identité de grands organes de presse afin de publier de fausses informations sur la guerre en Ukraine et de partager des liens vers ces sites web sur Internet.

Une des raisons nous poussant à signaler régulièrement des menaces publiquement est que nous souhaitons informer la communauté dans son ensemble de leur existence. De plus, nous avons signalé le réseau de manière proactive à VIGINUM et à d'autres parties prenantes en France, telles que les équipes de l'Ambassadeur pour le numérique. Cet engagement nous a permis de fournir des informations essentielles aux autorités françaises et de favoriser la coopération internationale face à cette préoccupation en matière de sécurité. Au vu du caractère international de la menace posée par le réseau « RRN », nous avons également pris contact avec le Service européen pour l'action extérieure afin de lui exposer nos découvertes. Cet engagement avait pour objectif d'améliorer la sensibilisation et la préparation régionales face à cette menace.

[DFRLab](#) a également signalé RRN en septembre 2022, grâce au partage des résultats de nos recherches. Ce signalement a été mentionné dans [Libération](#) le jour même. Le EU DisinfoLab a également partagé des recherches indépendantes relatives à ce réseau, à la même période.

Depuis notre première suppression de ce réseau en septembre 2022, nous avons fourni des mises à jour régulières sur notre travail visant à supprimer ses tentatives de retour sur nos plateformes. Par exemple, depuis notre [mise à jour](#) de décembre 2022, nous attribuons l'activité de ce réseau à deux sociétés russes, Structura National Technologies et Social Design Agency. Dans notre rapport précédemment cité sur les menaces portant sur le deuxième trimestre 2023, nous avons publié une nouvelle mise à jour sur les activités du réseau, en particulier l'élargissement de son ciblage aux États-Unis et à Israël. Dans le cadre de nos publications, nous avons rendu publics plus de 2000 domaines contrôlés par ce réseau. Étant donné que nombreux de ces domaines existent toujours en ligne aujourd'hui, nous avons également partagé notre politique et nos recommandations en matière d'application afin d'améliorer la défense partout sur Internet contre les

usurpations de nom de domaine réalisées par ce réseau et par d'autres entreprises malveillantes que nous avons interrompues.

## QUESTIONNAIRE COMPLEMENTAIRE - SUIVI ANNUEL

10. Meta 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.

Nous apprécions les recommandations de l'ARCOM et partageons ses objectifs d'amélioration de la transparence, des mécanismes de signalement, ainsi que de l'ajout de mentions aux fausses informations.

En ce qui concerne l'amélioration de la transparence, par exemple, nous partageons l'objectif de l'ARCOM évoqué dans la recommandation numéro 2 de rendre plus de données accessibles à la communauté de la recherche, afin de permettre des évaluations indépendantes et plurielles des risques et des mesures déployées pour les contrer. Nous nous sommes efforcés de promouvoir la recherche, tout en préservant la vie privée, par le biais de multiples initiatives. C'est la raison pour laquelle nous avons récemment lancé un nouvel outil appelé [Meta Content Library and API](#). Cette bibliothèque propose du contenu en libre accès provenant de pages, de publications, de groupes et d'événements sur Facebook, ainsi que du contenu public provenant de comptes de créateurs et d'entreprises sur Instagram. Les chercheurs pourront effectuer des recherches dans ce contenu public, l'explorer et le filtrer par l'intermédiaire d'une interface d'utilisation graphique ou via une API de programmation. Ces outils fourniront l'accès le plus complet au contenu public de Facebook et d'Instagram de tous les outils de recherche que nous avons développés à ce jour.

Nous approuvons également la recommandation numéro 6 de l'ARCOM visant à mieux informer de l'état d'avancement des procédures les auteurs de signalement et les utilisateurs qui ont publié des contenus signalés, et à les informer de l'issue de ces procédures dans un délai raisonnable et de façon motivée. Cette disposition est conforme aux nouvelles obligations des plateformes introduites dans le RSN de fournir un mécanisme de signalement efficace et accessible permettant aux utilisateurs d'être informés en temps utile des décisions prises et du raisonnement sous-jacent. Sur nos plateformes, nous informons également les utilisateurs qui ont déjà partagé une

information qui a été récemment vérifiée afin qu'ils obtiennent les informations correctes et qu'ils décident de ne plus partager l'article en question, contribuant ainsi à la lutte contre les fausses informations.

En ce qui concerne la transparence des algorithmes, nous avons récemment annoncé la publication de 22 cartes de système, offrant un niveau de compréhension sans précédent de la manière dont nos systèmes d'IA classent les contenus sur Facebook et Instagram. Ces cartes fournissent des informations sur la méthode utilisée par nos systèmes d'IA pour classer les contenus pour le Fil, les Reels, les Stories et d'autres supports ; certaines des prédictions faites par chaque système permettant de déterminer quel contenu pourrait être le plus pertinent pour les utilisateurs ; et les options disponibles pour aider à personnaliser une expérience sur Facebook et Instagram. Elles s'appuient sur notre fonctionnalité de longue date « [Pourquoi est-ce que je vois ça?](#) », qui permet aux utilisateurs de consulter directement dans nos applications les raisons pour lesquelles nos systèmes ont prédit qu'un contenu spécifique serait pertinent pour eux, ainsi que les types d'activités et d'entrées qui ont pu conduire à cette prédiction. Par ailleurs, en mai 2023, nous avons également fourni davantage d'informations sur le [fonctionnement du classement sur Instagram](#) afin d'aider les utilisateurs à optimiser leur expérience et d'aider les créateurs à comprendre comment leur contenu pourrait être mis en avant. En parallèle, nous avons indiqué publiquement les raisons pouvant conduire à une [rétrogradation dans le Fil et dans les Stories sur Instagram](#), et avons créé un espace dédié au sujet de la rétrogradation sur l'ensemble de nos plateformes dans notre Espace modération, accessible [à ce lien](#).

Cela fait déjà plusieurs années que Meta s'engage à travailler sur le contenu de la recommandation numéro 12. En mai de cette année, nous avons publié un article dans [Lawfare](#) décrivant le développement de nos politiques relatives aux médias contrôlés par l'État, y compris les défis liés à la création d'un cadre pour désigner les médias concernés, les compromis qui nous ont conduits à une approche axée sur la transparence, et les adaptations nécessaires en cas de crise.

Nous comprenons les préoccupations de l'ARCOM concernant les comptes qui diffusent de fausses informations à grande échelle. Conformément à notre engagement en faveur de l'authenticité, nous n'autorisons pas les personnes à se présenter sous un faux nom sur Facebook, à utiliser de faux comptes, à augmenter artificiellement la popularité d'un contenu ou à adopter des comportements visant à permettre d'autres infractions à nos Standards de la communauté. Cette politique vise à protéger la sécurité des comptes

d'utilisateurs et de nos services, et à créer un espace où les individus peuvent se fier aux personnes et aux communautés avec lesquelles ils interagissent.

Nos politiques définissent différentes catégories de fausses informations et tentent de fournir des directives claires sur la façon dont nous traitons ce discours lorsque nous le constatons. Pour chaque catégorie, notre approche est le fruit de notre tentative d'équilibrer nos valeurs d'expression, de sécurité, de dignité, d'authenticité et de confidentialité. Étant donné que les environnements en ligne et hors ligne changent et évoluent, nous continuerons de faire évoluer nos politiques. Les pages, groupes et profils Facebook et les comptes Instagram qui partagent de fausses informations à répétition peuvent, en plus de la suppression de leur contenu, voir leur contenu être moins diffusé, être limités dans leurs capacités publicitaires et être complètement supprimés de nos plateformes. Nous fournissons une liste de comportements et de sanctions dans cet [article](#).

L'ARCOM a partagé une série de recommandations liées aux fausses informations diffusées dans les communications commerciales. Dans le prolongement de nos efforts antérieurs en la matière, nous développons nos outils afin d'assurer une plus grande transparence de la publicité. Nous avons été la première plateforme à mettre en place des outils de transparence pour les publicités et, depuis de nombreuses années, nous offrons une transparence très poussée pour les publicités à caractère social, électoral et politique. Nous poursuivons sur cette lancée en élargissant désormais notre [Bibliothèque publicitaire](#) afin d'afficher et d'archiver toutes les publicités ciblant les citoyens de l'UE, en indiquant les dates de diffusion, les paramètres utilisés pour le ciblage (par exemple, l'âge, le genre, la localisation), les personnes ayant vu la publicité, et bien plus encore. Ces publicités seront conservées dans notre Bibliothèque publicitaire publique pendant un an, ce qui permettra à tout un chacun, où qu'il se trouve, de mieux comprendre toutes les publicités diffusées au sein de l'UE.

Enfin, nous soutenons pleinement la nécessité de mettre en œuvre et de favoriser les campagnes d'éducation aux médias, et reconnaissons la nécessité de mesurer leurs effets. Dans notre rapport de l'année dernière, nous avons présenté quatre programmes d'éducation aux médias lancés en 2022, en partenariat avec l'AFP, Loopsider et France 24, à l'approche des élections présidentielles et législatives françaises. Dans notre réponse à la question 5 du questionnaire de cette année, nous avons également indiqué le lancement d'une campagne d'information en collaboration avec l'ADEME et Brut. En matière de mesure, nous avons soutenu en 2020 la création d'une chaire d'éducation aux médias et à l'information à l'École supérieure de journalisme de Lille (ESJ). Ce projet

ambitieux, unique au monde, vise à faire progresser la recherche universitaire dans le domaine de l'éducation aux médias et à l'information et à mesurer les effets des campagnes d'éducation aux médias et à l'information. Découvrez-en davantage sur les domaines d'étude de la chaire et sur les programmes actuels [via ce lien](#).

11. Meta 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

En juin 2023, nous avons annoncé une [mise à jour](#) de nos politiques relatives aux fausses informations sur le COVID-19, en réponse aux recommandations du Conseil de surveillance sur la nécessité de maintenir les mesures de lutte contre les fausses informations dangereuses sur le COVID-19, introduites dans des circonstances extraordinaires au début de la pandémie, alors que de nombreux pays dans le monde tentent de retrouver un mode de vie plus normal. Plus de 25 millions de contenus relatifs au COVID-19 ont été supprimés depuis le début de la pandémie.

Nous adopterons désormais une approche plus personnalisée de nos règles en matière de fausses informations sur le COVID-19, conformément aux recommandations du Conseil et à nos politiques existantes. Nous continuerons à supprimer les contenus qui enfreignent nos politiques relatives aux fausses informations sur le COVID-19 dans les pays faisant l'objet d'une déclaration d'urgence sanitaire liée au COVID-19, compte tenu du risque physique imminent. Nous consultons des experts dans le domaine de la santé afin de déterminer quelles affirmations et quelles catégories de fausses informations pourraient continuer à poser ce risque. Nos règles en matière de fausses informations sur le COVID-19 ne seront plus en vigueur à l'échelle mondiale, car la déclaration d'urgence de santé publique mondiale qui les avait déclenchées a été levée.